

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI MAJELIS ULAMA INDONESIA
DALAM MENSOSIALISASIKAN FATWA HARAM MEROKOK
DI KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN
LABUHANBATU SELATAN**

Oleh:

**RUSMIDAH LUBIS
NIM: 92214053441**

Program Studi
KOMUNIKASI ISLAM



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2016**

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul
**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI MAJELIS ULAMA INDONESIA
DALAM MENSOSIALISASIKAN FATWA HARAM MEROKOK
DI KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN
LABUHANBATU SELATAN**

Oleh:

RUSMIDAH LUBIS
NIM: 92214053441

Dapat disetujui untuk melakukan penelitian sebagai persyaratan
untuk mendapatkan gelar Magister Komunikasi Islam
Pada Program Studi Komunikasi Islam
Program Pascasarjana UIN
Sumatera Utara
Medan
2016

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Syukur Kholil, M.A
NIP. 19640209 198903 1 003

Dr. Nispul Khoiri, M.Ag.
NIP. 19720406007 1 047

PENGESAHAN

Tesis berjudul “EFEKTIVITAS KOMUNKASI MAJELIS ULAMA INDONESIA DALAM MENSOSIALISASIKAN FATWA HARAM MEROKOK DI KECAMATAN KOTAPINANG KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN”, an. Rusmidah Lubis, 92214053441 Program Studi Komunikasi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Pascasarjana UIN-SU Medan pada Tanggal 16 Agustus 2016.

Tesis ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Master of Arts (MA) pada Program Studi Komunikasi Islam.

Medan, 16 November 2016
Panitia Sidang Munaqasyah Tesis
Program Pascasarjana UIN-SU Medan

Ketua

Sekretaris

(Dr. Syahrul MA)
Nip. 196605011993031005

(Dr. Zainal Arifin MA)
NIP. 1271020110690005

Anggota

1. (Dr. Syahrul MA)
NIP. 196605011993031005

2. (Dr. Zainal Arifin MA)
NIP. 1271020110690005

2. (Prof. Dr. H. Syukur Kholil, M.A)
NIP. 19640209 198903 1 003

4. (Dr. Nispul Khoiri, M.Ag)
NIP. 19720406007 1 047

Mengetahui:
Direktur PPS UIN-SU

Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid, M.A
NIP. 19541212 198803 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rusmidah Lubis

Tempat/Tanggal Lahir : Babussalam, 1 November 1991

Pekerjaan : Mahasiswi Program Pascasarjana UIN-SU Medan

Alamat : Babussalam, Kecamatan Kotapinang Kabupaten
Labuhanbatu Selatan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul “ Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan” adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan 29 Juni 2016
Yang membuat
pernyataan

Rusmidah Lubis
92214053441

ABSTRAK



Judul Tesis : Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Pembimbing I : Prof.Dr. H. Syukur Kholil, M.A

Pembimbing II : Dr. Nispul Khoiri, M.Ag

Nama : Rusmidah Lubis

TempatTgl. Lahir : Babussalam, 1 November 1991

NIM : 92214053441

Program Studi : Komunikasi Islam

IPK : 3,55

Yudisium : Amat Baik

Nama Orang Tua

a. Ayah : H. Buyung Lubis

b. Ibu : Hj. Rusmiah Harahap

Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2016.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk : (1) Mengetahui bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh MUI dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. (2) mengetahui keefektifan komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang kabupaten Labuhanbatu Selatan. (3) Mengetahui hambatan komunikasi yang ditemui oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di kecamatan Kotapinang kabupaten Labuhanbatu Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif bersifat deskriptif.

Dari hasil penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: (1) Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok adalah melalui bentuk-bentuk komunikasi, yaitu bentuk komunikasi personal dan bentuk komunikasi kelompok. (2) Efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah tidak terlepas dari lima hukum komunikasi efektif seperti *Respect, Empaty, Audible, Clarity* dan *Humble*. Jadi, diantara kelima hukum komunikasi efektif ini ada yang belum terealisasi oleh Majelis Ulama Indonesia tersebut yaitu *Empaty*. Dengan demikian sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan belum efektif. Jikalau kelima hukum tersebut dapat direalisasikan barulah sosialisasi yang dilakukan dikatakan efektif. (3) Hambatan yang dihadapi adalah terbatasnya anggaran operasional Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang sehingga program-program yang direncanakan sebelumnya tidak dapat terwujud. Solusinya dari permasalahan di atas hendaknya pemerintah turut memperhatikan alokasi dana Majelis Ulama Indonesia ditempat tersebut. Sehingga program-program yang bernilai dakwah islamiyah terealisasi dengan baik.

ABSTRACT



Thesis Title: Effectiveness Communication Ulama
Council Indonesia in Socializing Fatwa
Smoking is forbidden in the District
Kotapinang South Labuhanbatu Regency

Supervisor I : Prof. Dr. H. Syukur Kholil, M.A
Supervisor II : Dr. Nispul Khoiri, M.Ag
Name : Rusmidah Lubis
Date Place. Born : Babussalam, 1 November 1991
NIM : 92214053441
Study Program : Communications of Islam
Parents' Name
a. Father : H. Buyung Lubis
b. Mother : Hj. Rusmiah Harahap

Graduate Thesis State Islamic University of North Sumatra, Medan, 2016.

This research was conducted with the aim to: (1) Determine the form of the communication activities carried out by the Indonesian Ulama Council in disseminating the fatwa on smoking in the District Kotapinang South Labuhanbatu Regency. (2) determine the effectiveness of the communication made by the Indonesian Ulama Council in disseminating the fatwa on smoking in the District Kotapinang South Labuhanbatu regency. (3) Determine the communication barriers encountered by the Indonesian Ulama Council in disseminating the fatwa on smoking in districts Kotapinang South Labuhanbatu regency. The method used in this research is descriptive qualitative method.

From the results of this study can be drawn some conclusions, namely: (1) The form of communication made by the Indonesian Ulama Council Kotapinang District of South Labuhan Batu Regency in disseminating fatwa smoking is through other forms of communication, forms of personal communications and communications group. (2) The effectiveness of communication in disseminating the Majelis Ulama Indonesia fatwa on smoking in Kotapinang District of South Labuhanbatu Regency is inseparable from five law effective communication as Respect, Empathy, Audible, Clarity and Humble. So, among the five law effective communication is no unrealized by the Indonesian Ulama Council, namely Empathy. Thus socialization conducted by the Indonesian Ulama Council in socialisation fatwa smoking in District Kotapinang Labuhanbatu District south has not been effective. If the law can be realized fifth then said to be effective socialization conducted. (3) Barriers faced is the limited operational budget of the Indonesian Ulama Council District of Kotapinang so that the programs previously planned can not be realized. The solution of the above problems the government should participate allocations Indonesian Ulama Council District of Kotapinang. So programs Da'wah Islamiyah and the realization of well especially in Sub Kotapinang South Labuhanbatu regency.

الخلاصة

عنوان البحث : فعالية التوا صل مجلس العلماء
اندونيسي في التوا صل الإجتماعي لفتوى
ممنوع التدخين في كوت فينغ منطقة
جنوب لبوهان باتو ريجنسي
المشرف الأول : : الاستاذ الدكتور.الحاج. شوكر خليل م.ا
المشرف الثاني : الاستاذ الدكتور نصف الخير. م.ا.غ
الاسم : روميده لويس
مكان او تاريخ الميلاد : باب السلام، ١ نوفمبر ١٩٩١
رقم القيد : ٩٢٢١٤٠٥٣٤٤١ :
شعبة : التوا صل الإسلامي
أ. أبي : الحاج. بويوغ لويس
ب. الأم : الحاجه. روميه هرايف



رسالة الدراسات العليا الإسلامية سومطرة اشمالية، ميدان، ٢٠١٦.

وقد أجريت هذه الدراسة بهدف: (١) تحديد شكل أنشطة التوا صل التي يقوم بها مجلس العلماء الاندونيسي في نشر هذه الفتوى على التدخين في منطقة كوت فينغ جنوب لبوهان باتو ريجنسي. (٢) تحديد فعالية التوا صل التي قدمها مجلس العلماء الاندونيسي في نشر هذه الفتوى على التدخين في ريجنسي منطقة كوت فينغ جنوب لبوهان باتو. (٣) تحديد حواجز التوا صل من قبل مجلس العلماء الاندونيسي واجهتها في نشر هذه الفتوى على التدخين في المناطق كوت فينغ جنوب لبوهان باتو ريجنسي. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هو الأسلوب النوعي الوصفي

من نتائج هذه الدراسة يمكن استخلاص بعض الاستنتاجات، وهي: (١) وشكل من أشكال التوا صل التي أدلى بها مجلس العلماء منطقة كوت فينغ جنوب لبوهان باتو ريجنسي في نشر فتوى التدخين من خلال أشكال الاتصال الأخرى، أشكال مجموعة التوا صل والاتصالات الشخصية. (٢) فعالية التوا صل في نشر فتوى مجلس العلماء اندونيسيا على التدخين في منطقة كوت فينغ جنوب لبوهان باتو ريجنسي هو جزء لا يتجزأ من خمسة القانون التوا صل الفعال كما، مسموع، وضوح ومتواضع. لذلك، من بين التوا صل الفعال خمسة القانون لم يتحقق بعد من قبل مجلس العلماء الاندونيسي، وهي . وهكذا لم يكن التنشئة الاجتماعية التي أجراها مجلس العلماء الاندونيسي في الفتوى التدخين في منطقة كوت فينغ جنوب لبوهان باتو الجنوب فعال. إذا لا يمكن أن تتحقق القانون الخامس ثم قال لتكون التنشئة الاجتماعية الفعالة التي أجريت. (٣) عوائق تواجهه هي الميزانية التشغيلية المحدودة لمنطقة مجلس العلماء الاندونيسي من كوت فينغ بحيث البرامج المخطط لها سابقا لا يمكن أن تتحقق. حل المشاكل المذكورة أعلاه يجب على الحكومة أن تدعم يبلغ في الحال مجلس العلماء الاندونيسي من كوت فينغ. حتى البرامج التي ابراط اكال دعوة الإسلامية ويتحقق كما بدام.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	tsa	ts	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	Ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syim	Sy	Es dan ye
ص	sad	so	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	do	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	to	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	zo	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	waw	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrol
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda dan harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dhammah	U	U

b. VokalRangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

TandadanHuruf	Nama	Gabunganhuruf	Nama
ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كتب :kataba

فعل :fa'ala

ذكر :ukira

yahabu :يذهب

Suila :سئل

Kaifa :كيف

Haula :هول

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا	<i>Fathah</i> dan alifatauya	ā	a dan garis di atas
ى	<i>Kasrah</i> dan ya	ī	i dan garis di atas
و	<i>Dammah</i> dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh :

qāla :قال

ramā :رما

qīla :قيل

yaqūlu :يقول

d. *Ta Marbūtah*

Transliterasi untuk *ta marbtah* ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu transliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

Rauah al-afāl – raudatul atfāl	روضة الاطفال:
al-Madīnath al-munawwarah	المدينة المنورة:
al-Madinatul-Munawwarah	
thalhah	طلحة:

e. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan yang diberikan tanda syaddah itu.

Contoh:

- | | |
|-----------|------------|
| - rabbanā | : رَبَّنَا |
| - nazzala | : نَزَّلَ |
| - al-hajj | : الْحَجَّ |
| - nu'ima | : نِعَمَ |

f. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata

sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf/I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu	: الرجل
- as-sayyidatu	: السيدة
- asy-syamsu	: الشمس
- al-qalamu	: القلم
- al-badi'u	: البديع
- al-jalalu	: الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzuna	: تآخذون
- an-nau'	: النوء
- syai'un	: شئ

- inna : ان
- umirtu : امرت
- akala : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh:

- Wa innallaha lahua khair ar-raziqin : وان الله لهو خير الرازقين
- Wa innallaha lahua khairurraziqin : وان الله لهو خير الرازقين
- Fa aufu al-kaila wa al-mizana : فاوفوا الكيل والميزان
- Fa auful-kaila wal-mizana : فاوفوا الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhimul- Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillahi majreha wa mursaha : بسم الله مجراها ومرسها
- Walillahi 'alan-nasi ijju al-baiti : والله علي الناس حج البيت
- Walillahi 'alan-nasi ijjul-baiti : والله علي الناس حج البيت
- Man istaa'a ilaihi sabila : من استطاع اليه سبيلا

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila mana diri itu

didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mā Muammadun illa rasūl
- Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi bakkata mubarakan
- Syahru Ramaan al-lazi unzila fihi al-Qur'an
- Wa laqad Ramaanal'lazi unzila fihil-Qur'an
- Wa laqad ra'ahu bil-ufuqil-mubin
- Alamdu lillāhi rabbīl – 'alamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Narun minallāhi wa fatun qarīb
- Lillāhi al-amru jami'an
- Lillāhi-amru jami'an
- Wallāhu bikullli syai'in 'alīm

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan segala nikmat kebaikan kepada penulis, sehingga dapat melaksanakan penulisan tesis ini dengan baik. Salawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad Rasulullah saw. yang telah dijadikan Allah sebagai rahmat bagi sekalian alam.

Penulisan tesis ini di laksanakan dalam rangka memenuhi syarat-syarat untuk mendapatkan gelar Magister pada program studi pendidikan Agama Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara Medan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk kesempurnaan tesis ini di masa yang akan datang. Dengan selesainya tesis ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid Lubis, M.A, sebagai Direktur Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan, yang telah memberi izin dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas studi di Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Syukur Kholil, M.A, sebagai pembimbing pertama dan Bapak Dr. Nispul Khoiri, M.Ag., sebagai pembimbing kedua, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi, serta petugas Perpustakaan pada Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
5. Para pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupatel Labuhanbatu Selatan, bapak Hatimbulan Siregar beserta jajarannya dan seluruh masyarakat Kecamatan Kotapinang yang telah ikut berpartisipasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas terwujudnya tesis ini.

6. Teristimewa Kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta H. Buyung Lubis, dan Ibunda Tercinta Rusmiah Harahap, yang telah memberikan belaian kasih sayang yang tak putus selamanya, ya Allah ampuni dosa mereka, terima ibadahnya, berikan umur yang berkah, berikan kesehatan selalu, semoga Allah Swt. memberikan rahmat dan kasih sayangnya Amin.
7. Kepada saudaraku tersayang adik-adik, abang-abang dan kakak-kakak penulis yang ikhlas mendukung, selalu mendoakan, memberi semangat dan pengorbanan baik secara moril maupun material selama perkuliahan dan penulisan tesis. Semoga cita-cita yang diinginkan selama ini tercapai tanpa ada hambatan dan rintangan.
8. Para sahabat Program Pascasarjana UIN-SU, khususnya mahasiswa/i Teman Seperjuangan dari masa kuliah S1 stambuk 2009 sampai Program Pascasarjana UIN-SU dan teman satu prodi Komunikasi Islam stambuk 2014 yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang sangat berpengaruh dalam proses pembelajaran dari awal dan sampai akhir perjuangan studi saya, yang memberikan sumbangan pemikiran dan motivasi buat saya semoga ilmu kita semua bermanfaat bagi dunia dan akhirat “Sukses Buat Kita Semua” Amin.
9. Terkhusus untuk sahabat Azhari Harahap S.Sos.I yang telah memberikan dukungan dan semangat atas terwujudnya tesis ini. Mudah-mudahan apa yang dicita-citakan selama ini segera diijabah oleh Allah Swt. Amin

Akhirnya, segala bantuan, dorongan, dukungan dan motivasi yang diberikan dari berbagai pihak mudah-mudahan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan disumbangkan kepada Agama, nusa dan bangsa.

Medan, 16 November 2016

Penulis

Rusmidah Lubis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
TRANSLITRASI.....	x
DAFTAR ISI	

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Batasan Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Efektivitas Komunikasi.....	13
1. Pengertian efektivitas Komunikasi	7
2. Strategi Penyampaian Pesan dalam Komunikasi	17
3. Elemen-Elemen Komunikasi Efektif	20
4. Hukum Komunikasi Efektif.....	21
5. Faktor Komunikasi Efektif.....	25
6. Faktor Penghambat Komunikasi	26

7. Konsep Keefektivan Komunikasi	27
8. Bentuk-bentuk Komunikasi	31
 B. Fatwa Majelis Ulama Indonesia.....	40
1. Pengertian fatwa dan Majelis Ulama Indonesia.....	40
2. Kedudukan Fatwa.....	43
3. Sifat-sifat Fatwa Majelis Ulama Indonesia	46
4. Latar belakang munculnya fatwa MUI	47
5. Isi Fatwa MUI	49
 C. Rokok dan Akibatnya.....	52
1. Sejarah Rokok.....	52
2. Tipe Rokok	58
3. Dampak Merokok dalam Tinjauan Aspek Kehidupan	59
4. Pendapat yang menghalalkan dan mengharamkan rokok.....	63
 D. Kajian Terdahulu.....	67
 BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Jenis Penelitian.....	70
B. Waktu Penelitian	71
C. Sumber Data.....	72
D. Teknik Pengumpulan Data	73
E. Teknik Analisis Data	74
F. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	76
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78

A. Profil Kecamatan Kotapinang	78
1. Letak geografis Kecamatan Kotapinang	78
2. Bentuk dan Makna Lambang Daerah	80
3. SK MUI Kecamatan Kotapinang	82
B. Bentuk Kegiatan Komunikasi MUI kecamatan Kotapinang.....	84
C. Efektivitas Komunikasi MUI Kecamatan Kotapinang	93
D. Hambatan Komunikasi MUI Kecamatan Kotapinang	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran`	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama *rahmatan lil'alam*, Islam senantiasa mengajarkan kebaikan untuk diikuti oleh penganutnya, oleh karenanya ajaran dakwah Islamiyah merupakan aktivitas atau usaha yang memiliki urgensi yang sangat penting, di samping itu Islam juga merupakan agama dakwah yang senantiasa mengajak melakukan kebaikan dan meninggalkan keburukan. Ajaran agama sebagai suatu nilai-nilai kehidupan yang telah ada semenjak dahulupun harus berkembang mengikuti arus kehidupan manusia. Artinya dengan ajaran agama yang telah ada harus mampu mengontrol dan memfilter perkembangan kehidupan manusia agar tidak keluar dari ajaran agamanya tersebut.

Untuk mempertegas gagasan di atas dapat kita ambil contoh firman Allah mengenai dakwah Islamiyah yang menyeru manusia kepada kebaikan dan meninggalkan keburukan yaitu sebagai berikut

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari

jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.¹

Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain saling terkait, keduanya merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri, namun dalam praktik serta aplikasinya selalu terpadu antara satu dengan yang lainnya serta saling menunjang.² Kenyataan menunjukkan bahwa banyak pesan dakwah tidak sampai kepada sasaran, karena *da'i* (komunikator) tidak mampu berkomunikasi secara efektif. Hal ini disebabkan ketidakmampuan menuangkan pesannya dalam bahasa baik dan benar seolah-olah dakwah yang disajikan itu kering, gersang dan hambar minimnya retorika dalam penyampaian pesan sehingga *mad'u* (komunikan) tidak memahami apa yang disampaikannya, minat dan semangat komunikan hilang dan komunikasi tidak terjalin.

Komunikasi adalah suatu transmisi atau pertukaran informasi, pesan, data melalui berbagai media seperti berbicara (komunikasi verbal), tulisan (komunikasi tertulis), telepon, telegraf, radio atau saluran-saluran lain dalam sebuah kelompok atau diarahkan pada individu-individu atau kelompok-kelompok tertentu.³ Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mempunyai nuansa dan varian sesuai dengan kepentingan dan tujuannya. Walaupun pada prinsipnyatujuannya sama yakni bagaimana pesan komunikasi dapat diserap, dihayati dan direspon oleh komunikan secara positif.⁴ Oleh karena itu, komunikasi sebagai sarana vital sangat menunjang bagi terlaksananya dakwah. Sehingga memahami *da'i* tentang ilmu tersebut akan memberikan arti penting bagi

¹ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 198), h. 281.

² Asep saiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah, Teori, Pendekatan dan Aplikasi* (Baandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 13.

³ Hamka, *Prinsip dan Kebijakan Dakwah Islam* (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1984), h. 37.

⁴ Muhammad Nuh, *Strategi Dakwah dan Pendidikan Ummat* (Yogyakarta: Himam Prisme Media, 2004), h. 121.

suksesnya dakwah. Yakni terlaksananya ajaran Islam dengan tegaknya amar ma'ruf dan nahi munkar.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan wadah musyawarah para ulama, zu'ama dan cendekiawan muslim dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan (*ifta*) yang senantiasa timbul dan dihadapi masyarakat Indonesia. Hal ini mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan dan mazhabnya. Oleh karena itu, fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijaksanaan.

Sejalan dengan itu, Majelis ulama Indonesia dari hari kehari berupaya terus menerus untuk senantiasa meningkatkan peran dan kualitasnya dalam berbagai bidang yang menjadi kewenangannya. Kehadiran Majelis Ulama Indonesia yang dibentuk berdasarkan musyawarah Nasional Majelis Ulama Indonesia di Jakarta pada tanggal 26 Juli 1975 adalah wadah musyawarah ulama, zu'ama cendekiawan muslim mewujudkan diri dalam fungsi. *Pertama*, memberikan fatwa nasehat mengenai masalah keagamaan kepada pemerintah dan umat Islam pada umumnya sebagai *amar ma'ruf nahi munkar* dalam usaha meningkatkan ketahanan nasional. *Kedua*, memperkuat ukhuwah Islamiyah dan memelihara serta meningkatkan sarana kerukunan antar umat beragama dalam mewujudkan persatuan dan kesatuan bangsa. *Ketiga*, mewakili umat Islam dalam konsultasi antar umat beragama. *Keempat*, penghubung antara ulama dan umara.⁵

Nilai strategis yang ada pada Majelis Ulama Indonesia semakin terlihat dari salah satu komisi yaitu fatwa yang *concern* memberikan fatwa untuk

⁵ Anwar Abbas, *Pedoman Penyelenggara Organisasi Majelis Ulama Indonesia* (Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2010), h. 4

memberikan jawaban atau penjelasan ulama mengenai masalah keagamaan dan berlaku untuk umum. Namun apabila direlevansikan dengan fatwa-fatwa tentang haram merokok yaitu ijtima' ulama komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia se-Indonesia sepakat adanya perbedaan pandangan mengenai hukum merokok yaitu antara makruh dan haram (*khilaf ma baiyna al-makruh wa al-haram*) dan peserta ijtima' ulama komisi fatwa se-Indonesia III sepakat bahwa merokok **hukumnya haram** jika dilakukan: a) ditempat umum, b) oleh anak-anak dan c) oleh wanita hamil. Yang ditetapkan pada tanggal 26 Januari 2009 M.⁶

Ketiga tipologi fatwa ini difatwakan karena adanya permintaan, pertanyaan dari masyarakat dan pemerintah serta responsif Majelis Ulama Indonesia sendiri. Sesungguhnya kehadiran Majelis Ulama Indonesia sebagai bentuk lembaga ijtihad kolektif Indonesia, memiliki fungsi yang penting dalam pembaharuan hukum Islam saat ini. Alasannya adalah: *Pertama*, menerapkan prinsip *syura* (musyawarah) karena mujtahid berdiskusi dan sharing sehingga menghasilkan ijtihad yang berilyan. *Kedua*, lebih seksama dan akurat karena bisa saling melengkapi dan bekerja sama antar ulama mujtahis dengan berbagai fakar dan disiplin ilmu. *Ketiga*, mengerti posisi ijma'i sehingga mampu menggantikan kedudukan *tasyrik* yang utuh, saat ini tidak dapat diterapkan karena alasan tidak berfungsinya ijma' dan ijtihad dalam waktu yang bersamaan, dalam keadaan ini ijtihad jama'i mengembalikan vitalitas dan potensi fiqih untuk menghadapi segala kesulitan yang dihadapi. *Keempat*, mengatur ijtihad dan menghindari dan kebuntuannya. *Kelima*, melindungi ijtihad dari berbagai ancaman bagi orang menjual agama, penerbitan buku dan dengan fatwa dusta. *Keenam*, menjadi solusi bagi permasalahan baru sebagai solusi perlu dilakukan ijtihad. *Ketujuh*, untuk

⁶ Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa MUI sejak 1975* (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 895.

menyatukan umat dari perpecahan persoalan hukum. *Kedelapan*, saling melingkapi antar berbagai pendapat para ahli dalam mengambil pendapat hukum.⁷

Kalaulah dilihat pedoman dan prosedur penetapan fatwa Majelis Ulama Indonesia (bab II tentang dasar umum dan sifat fatwa dan bab IV prosedur rapat) telah menegaskan bahwa dasar umum dan sifat fatwa adalah: *Pertama*, penetapan fatwa didasarkan alquran, sunnah, ijma' dan qiyas serta dalil lain yang mu'tabar. *Kedua*, aktifitas menetapkan penetapan fatwa dilakukan secara kolektif atau suatu lembaga yang dinamakan komisi fatwa. *Ketiga*, penetapan fatwa bersifat responship, proaktif dan aktisifatif. Selanjutnya bab IV ayat I-3 tentang prosedur rapat Majelis Ulama Indonesia menjelskan: *Pertama*, rapat harus dihadiri oleh anggota komisi yang jumlahnya dianggap cukup memadai oleh pimpinan rapat. *Kedua*, dalam hal-hal tertentu, rapat dapat menghadirkan tenaga ahli berhubungan dengan masalah yang dibahas. *Ketiga*, rapat diadakan jika ada: a) permintaan dan pertanyaan dari masyarakat yang oleh dewan pimpinan dianggap perlu dibahas dan diberikan fatwanya, b) permintaan atau pertanyaan dari pemerintah, lembaga *organisasi* sosial atau Majelis Ulama sendiri, c) perkembangan dan temuan masalah keagamaan yang muncul akibat perubahan masyarakat dan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.⁸

Pedoman dan prosedur penetapan fatwa Majelis Ulama Indonesia di atas, menegaskan bahwa fatwa-fatwa dihasilkan Majelis Ulama Indonesia harus responsif, proaktif dan antisipatif. Responshif yang dimaksudkan, Majelis Ulama Indonesia harus senantiasa merespon berbagai persoalan hukum dalam masyarakat di Indonesia. Proaktif yang dimaksudkan adalah Majelis Ulama Indonesia sifatnya tidak hanya sifatnya menunggu datangnya permintaan dan pertanyaan dari masyarakat ataupun pemerintah, tetapi juga mengakvokasi

⁷ Abdul Manan, *Aspek-aspek Pengubah Hukum* (Jakarta: Kencana, cet 4), h. 244-245.

⁸ Ma'ruf Amin, *Humpunan Fatwa MUI*,,,, h. 890-894.

perkembangan dan petemuan keagamaan yang muncul dari perubahan sosial yang ada. Begitu pula sifat antisipatif, Majelis Ulama Indonesia mengantisipasi setiap persoalan hukum dengan keputusan hukum-hukum yang aktual, yang kadang-kadang bisa saja persoalan hukumnya muncul tetapi sudah diantisipasi sejak dini.⁹

Dewasa ini rokok semakin gencar meluas berbagai tempat. Banyak negara-negara industri yang menilai bahwa merokok telah menjadi perilaku yang secara sosial dianggap kurang biasa untuk diterima. Hal ini adalah hasil penyuluhan yang intensif, bukan saja dilaksanakan oleh pemerintah, melainkan oleh pihak lembaga swadaya masyarakat dan juga pihak perusahaan-perusahaan.

Pada negara berkembang, penyuluhan tentang bahaya merokok belum dilaksanakan secara intensif. Hal ini selain karena industri rokok merupakan sumber pemasukan bagi negara dan sumber kesempatan kerja, juga karena di sebagian besar negara-negara sedang berkembang, dana untuk ini walaupun ada, sangat kecil dibandingkan dengan dana yang dipergunakan oleh perusahaan-perusahaan rokok untuk memasarkan rokok. Industri rokok melaksanakan secara agresif dan dengan mengaitkan merokok dengan gaya hidup modern, masyarakat terutama remaja yang paling sangat terpengaruh.

Sebagian besar orang bisa meninggal dikarenakan mengkonsumsi rokok dengan berlebih. Awalnya memang tidak terasa sakit, tetapi semakin lama seseorang mengkonsumsi rokok, maka akan banyak timbul berbagai penyakit dalam tubuhnya. Sebagian besar penyakit yang akan diderita oleh orang yang merokok adalah penyakit yang umumnya tidak dapat disembuhkan.

Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa haram merokok dengan alasan bahayanya merokok itu, tetapi faktanya dilingkungan masyarakat tidak

⁹ Nispul Khorri, *Metodologi Fiqih Zakat Indonesia* (Medan: CitaPustaka Media, 2014), h. 6.

mempedulikan hal itu. Mereka mengabaikan fatwa “haram merokok ditempat umum, oleh anak-anak dan wanita hamil” yang telah dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Secara khusus di Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan fatwa haram merokok (ditempat umum, oleh anak-anak dan wanita hamil) ini belum terealisasi sebagaimana mestinya, fatwa itu hanya sekedar formalitas semata dan bisa dikatakan keefektivan komunikasi Majelis ulama di dalamnya belum terlihat.

Paparan di atas adalah alasan yang melatar belakangi penelitian pada proposal tesis ini, maka penulis menegaskan kembali bahwa proposal tesis ini berjudul : “ **Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah :

1. Bagaimana bentuk kegiatan komunikasi dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan ?
2. Bagaimana keefektivan komunikasi dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan ?
3. Apa saja hambatan komunikasi yang ditemui oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Mengetahui keefektivan komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesiadalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
3. Mengetahui hambatan komunikasi yang ditemui oleh Majelis Ulama Indonesiadalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

D. Kegunaan Penelitian

Bila penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik dan berhasil, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Secara akademis, Penelitian ini sebagai tugas akhir bagi peneliti untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Komunikasi Islam dilingkungan Program Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Secara teoritis, Menjadi masukan bagi Majelis Ulama Indonesia agar dapat efektif dalam Mensosialisasikan fatwa haram merokok.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dalam pengembangan ilmu komunikasi Islam dan dapat dijadikan rujukan bagi para mahasiswa yang membutuhkan informasi yang lebih mendalam mengenai komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok.

E. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan kesimpangsiuran dalam pembahasan ini, maka untuk itu penulis menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tesis ini yaitu “Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kota Pinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan”. Maka sesuai dengan judul di atas, istilah-istilah tersebut perlu mendapat penjelasan sehingga para pembaca tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahaminya. Adapun istilah-istilah tersebut yang perlu penjelasan yaitu :

1. Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi atau komunikasi efektif dalam komunikasi yang mempunyai efek pengaruh atau akibat serta memberikan hasil yang memuaskan, berhasil dalam berkomunikasi.¹⁰ Adapun efektivitas komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah proses kemampuan komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dengan metode dan sasaran dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, dan juga efektivitas yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah bentuk komunikasi maupun hambatan yang dialami Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa tersebut.

Komunikasi adalah pencapaian informasi dari seseorang kepada orang lain.¹¹ Dalam proses komunikasi tampak adanya sejumlah komponen dan unsur dan merupakan persyaratan terjadinya komunikasi, diantara komponen dan unsur komunikasi adalah : *a) source (sumber), b) Communicator (komunikator), c)*

¹⁰ M. Dahlan al-Barri, *Kamus istilah Populer* (Surabaya: Arkola, t.t, 1999), h. 128.

¹¹ Hafied cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 12.

*Message (pesan), d) Channel (saluran) e) Communican (komunikasikan) f) Effect (hasil).*¹²

2. Fatwa

Fatwa berasal dari bahasa Arab, فتوى yang artinya *nasihat, petuah, jawaban* atau *pendapat*. Adapun yang dimaksud adalah sebuah keputusan atau nasihat resmi yang diambil oleh sebuah lembaga atau perorangan yang diakui otoritasnya, disampaikan oleh seorang mufti atau ulama, sebagai tanggapan atau jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peminta fatwa (*mustafti*) yang tidak mempunyai keterikatan. Dengan demikian peminta fatwa tidak harus mengikuti isi atau hukum fatwa yang diberikan kepadanya.¹³ Dengan penjelasan tersebut, fatwa yang dimaksud dalam penjelasan ini adalah mengenai “haram merokok”

3. Majelis Ulama Indonesia

Majelis Ulama Indonesia adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang mewadahi ulama, zu’ama, dan cendikiawan Islam di Indonesia, untuk membimbing membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Majelis Ulama Indonesia berdiri tanggal 17 Rajab 1395 Hijriah bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta.¹⁴ Jadi, dengan demikian Majelis Ulama yang dimaksud penulis yang akan teliti adalah Majelis Ulama Indonesia yang berada di kecamatan Kotapinang kabupaten Labuhanbatu Selatan

4. Haram Merokok

Haram adalah suatu hal yang dianggap yang dilarang untuk dikerjakan yang berasal dari hukum Islam. Sedangkan Rokok adalah silinder dari kertas

¹² Onong Uchana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 6.

¹³ Racmat Taufik Hidayat dkk., *Almanak Alam Islami* (Pustaka Jaya: Jakarta. 2000), h, 50.

¹⁴ Ma’ruf Amin, *Himpunan Fatwa MUI*, h. 895.

berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (bervariasi tergantung negara) dengan diameter sekitar 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah.¹⁵ Rokok dibakar pada salah satu ujungnya dan dibiarkan membara agar asapnya dapat dihirup lewat mulut pada ujung lainnya. Rokok biasanya dijual dalam bungkus berbentuk kotak atau kemasan kertas yang dapat dimasukkan dengan mudah ke dalam kantong. Sejak beberapa tahun terakhir, bungkus-bungkus tersebut juga umumnya disertai pesan kesehatan yang memperingatkan perokok akan bahaya kesehatan yang dapat ditimbulkan dari merokok, misalnya kanker paru-paru atau serangan jantung (walaupun pada kenyataannya itu hanya tinggal hiasan, jarang sekali dipatuhi). Rokok haram karena membahayakan, rokok juga mengajak penikmatnya untuk mubazir masa dan harta, padahal lebih baik harta itu digunakan untuk yang lebih berguna, dan diinfaqkan bila memang keluarganya tidak memerlukan.

F. Sistematika Penelitian

Pembahasan penelitian ini disusun dalam lima bab dan beberapa sub bab yang memiliki kaitan. Sistematika pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

Bab I pendahuluan. Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan Istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teoritis yang di dalamnya dikemukakan efektivitas komunikasi, elemen-elemen komunikasi efektif, hukum komunikasi efektif, faktor komunikasi efektif, faktor penghambat komunikasi, konsep keefektifan komunikasi, fatwa Majelis Ulama Indonesia dan haram merokok.

¹⁵Muhammad Jaya, *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok* (Yogyakarta: Riz'ma, 2009), h. 14.

Bab III merupakan bab metodologi penelitian yang berisikan lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, alat pengumpulan data, teknik pengumpulan data dan analisa data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di kecamatan kota pinangkabupaten labuhan batu selatan

Bab V merupakan bab menutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Efektivitas Komunikasi

1. Pengertian Efektivitas Komunikasi

Pengertian efektivitas yang umum menunjukkan pada arah tercapainya hasil. Istilah efektif (*effective*) dan efisien (*efficient*) merupakan dua istilah yang saling berkaitan dan patut dihayati dalam upaya untuk mencapai tujuan. Menurut Barnard, arti efektif dan efisien adalah bila suatu tujuan tertentu akhirnya dapat dicapai, kita boleh mengatakan bahwa kegiatan tersebut adalah efektif. Tetapi bila akibat-akibat yang tidak dicari dari kegiatan mempunyai nilai yang lebih penting dibandingkan dengan hasil yang dicapai, sehingga mengakibatkan ketidakpuasan. Walaupun efektif, hal ini tersebut tidak efisien. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sesuatu efektif bila mencapai tujuan tertentu. Dikatakan efisien bila hal ini memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan, terlepas apakah efektif atau tidak.¹⁶

Adapun komunikasi menurut Onong Uchana Effendi berasal dari kata latin *Communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Istilah *communication* tersebut bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”.¹⁷ Secara terminologi cara ahli komunikasi telah memberikan pengertian komunikasi sesuai dengan sudut pandang masing-masing. Deddy Mulyana memberikan pengertian komunikasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Harold Mulyana bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang, ide, gagasan, perasaan dan pikiran kepada orang lain untuk menjawab pertanyaan, *who says*,

¹⁶Suyadi Prawirosentono, *Kebijakan Kinerja Karyawan* (Jogjakarta: BPFE, 1999), h. 27.

¹⁷Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992), h. 11.

what and which channel, to whom and what effect ? (siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan pengaruhnya bagaimana).¹⁸

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi efektivitas adalah proses peroperan lambang-lambang, ide, gagasan, perasaan dan pikiran kepada orang lain mencapai sasaran. Apabila komunikasi efektif dapat dilaksanakan maka komunikasi tersebut akan mempunyai makna dan nilai sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berbicara dengan efektivitas komunikasi adanya beberapa hal yang perlu kita pahami, antara lain: kejelasan aktor komunikasi atau antar siap sesungguhnya komunikasi efektif itu hendak dicapai, komunikasi antar guru ke murid berbeda dengan komunikasi efektif dari murid ke guru. Keefektifan komunikasi juga ditentukan juga oleh kejelasan tujuan komunikasi yang dijalankan. Komunikasi efektif akan tercapai bila proses yang terjadi dilakukan secara sadar dengan mengenali hambatan atau potensi hambatan dan memahami serta menyiapkan pemecahan masalahnya.

Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks. Cara-cara agar komunikasi efektif dapat dicapai, dapat terjadi melalui atau dengan didukung oleh aktifitas *role-playing*, diskusi, aktifitas kelompok kecil dan materi-materi pengajaran yang relevan. Secara khusus memberikan arahan lain untuk menjalin komunikasi efektif, utamanya bila komunikannya kelompok, beberapa sarannya antara lain :¹⁹

1. Kuasai kelompok dan kategorikan audiennya.
2. Bangkitkan partisipasi audien, dengan menyatukan pengalaman yang sama-sama dimiliki, dengan kata lain ciptakan interaksi yang interaktif.

¹⁸Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 62.

¹⁹Neuman W. Laurence, *Social Research Methods Qualitative and Approaches* (Boston: Allyn and Bacon, 1997), h. 124.

3. Mempertahankan kontak mata agar terjalin komunikasi nonverbal sebagai pendukung komunikasi verbal.
4. Komunikasi efektif membutuhkan suasana yang menghibur, lucu atau sumber-sumber multimedia yang memungkinkan hal itu akan membuat transfer informasi mengenai sasaran secara efektif.
5. Mempertahankan kontak dengan mereka hingga di luar acara sekalipun, artinya pertukaran pesan lewat sarana lain sangat membantu efektivitas komunikasi sebelumnya.
6. Kerjasama kelompok biasanya lebih memberi hasil yang efektif.

Penelitian lain menunjukkan agar komunikasi efektif dapat terjalin antara komunikator dan audien antara lain :

1. Memikirkan pihak yang diajak berkomunikasi, dengan menyadari pihak yang diajak berkomunikasi akan memudahkan pilihan terhadap cara berkomunikasi dengan keterbatasan perkembangan kepribadian yang mereka miliki.
2. Memberi perhatian pada pesan-pesan nonverbal yang bisa ditangkap. Perubahan rona muka, gerak tangan dan posisi duduk sebagai contoh perlu disikapi secara benar agar komunikasi dapat menjadi efektif.
3. Memosisikan diri sebagai pendengar yang aktif, cara seperti ini dapat menguatkan kejiwaan lawan bicara karena merasa omongannya didengar sehingga lebih memudahkannya untuk semakin terbuka.
4. Memperbanyak frekuensi komunikasi, disatu sisi hal ini sangat positif dan mampu member peneguhan, disisi yang lain berpeluang menimbulkan kejenuhan berkomunikasi secara jelas dan langsung.
5. Lebih memberi penekanan pada hal positif.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya. Misalnya, seorang penjual yang datang ke rumah untuk mempromosikan barang dengannya dianggap telah melaksanakan komunikasi

yang afektif bila akhirnya tuan rumah membeli barang yang ia tawarkan. Sesuai dengan yang diharapkan penjual itu, dan tuan rumahpun merasa puas dengan barang yang dibelinya itu.²⁰

Pakar komunikasi menyebut ada lima kualitas umum yang dipertimbangkan untuk efektifitas sebuah komunikasi. Kualitas ini antara lain :

1. *Openes* yaitu adanya keterbukaan.
2. *Supportiveness* yaitu saling mendukung
3. *Positiveness* yaitu saling bersikap positif
4. *Emphaty* yaitu memahami sifat orang lain.
5. *Equality* yaitu kesetaraan.²¹

Namun yang demikian yang paling mendasar dalam sebuah kegiatan komunikasi adalah adanya rasa saling percaya. Kalau sudah percaya, biasanya apapun yang dikatakan pastilah diterima, satu hal lagi efisiensi. Komunikasi yang efisien adalah komunikasi yang tidak membutuhkan upaya besar agar mencapai tujuan.

Wilbur Schram menampilkan apa yang ia sebut “*the condition of success in communication*” yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita hendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambing-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.

²⁰ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Jakarta: tt, 1999), h. 107.

²¹ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Profesional Books, 1997), h.

- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Demi tercapainya komunikasi yang efektif, maka Muhammad Mufid menyebutkan bahwa terdapat enam unsur yang mendasar dalam komunikasi yaitu:

- a. Proses, yakni aktifitas yang nonstatis bersifat terus menerus. Ketika kita berbicara dengan seorang misalnya, kita tentu tidak diam saja di dalamnya kita membuat perencanaan, mengatur nada, menciptakan pesan baru, menginterpretasikan pesan, perespon atau mengubah posisi tubuh agar terjadi kesesuaian dengan lawan bicara.
- b. Pesan, yaitu tanda (signal) atau kombinasi tanda yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda. Pesan dapat bersifat universal yakni dipahami oleh sebagian besar manusia diseluruh dunia seperti senyum sebagai tanda senang, atau asap sebagai tanda adanya api. Tanda lebih bersifat universal daripada simbol. Ini dikarenakan simbol terbentuk melalui kesepakatan, seperti symbol Negara. Karena terbentuk melalui kesepakatan maka simbol tidak bersifat alami dan tidak pula universal.
- c. Saluran (*channel*) adalah wahana dimana tanda dikirim.
- d. Gangguan (*noise*) merupakan segala sesuatu yang dapat membuat pesan menyimpang, atau segala sesuatu yang dapat mengganggu diterimanya pesan. Gangguan (*noise*) bias bersifat fisik, fisik atau kejiwaan dan smantis yaitu salah paham.
- e. Perubahan, yakni komunikasi menghasilkan perubahan pada pengetahuan, sikap atau tindakan orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi.²²

2. Strategi Penyampaian Pesan dalam Komunikasi

Pesan adalah hasil suatu kegiatan seseorang untuk memilih dan merancang perilaku verbal dan non-verbal yang sesuai dengan aturan-aturan tata bahasa dan sintaksis. Setiap pesan sekurang-kurangnya mempunyai aspek utama *content* dan *treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan, misalnya kekuatan informasi, kontroversi, argumentatif, rasional, bahkan emosional. Aspek daya tarik pesan saja tidak cukup, akan tetapi sebuah pesan juga

²²Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 3.

perlu mendapat perlakuan atas pesan berkaitan dengan penjelasan atau penataan isi pesan oleh komunikator.

Isi pesan komunikasi dapat berupa pikiran yang dinyatakan dalam bahasa sebagai kemampuan manusia untuk mengutarakan pikiran kepada orang lain. Bahasa dalam komunikasi lebih mampu memberikan makna kepada kehidupan manusia, baik secara konkrit maupun konsep yang abstrak. Pentingnya bahasa sebagai lambang karena bahasa melekat pada pikiran, hingga tidak mungkin dilepas dari pikiran. Artinya, orang berfikir dengan bahasa. Dengan demikian juga kemampuan berfikir adalah ciri khas manusia sebagai makhluk yang memiliki derajat lebih tinggi dari makhluk lainnya di dunia.

Menurut Fajar bahwa syarat utama dalam mempengaruhi komunikan dari penyusunan pesan adalah mampu membangkitkan perhatian.²³ Sesuatu yang menjadi milik rohani, haruslah terlebih dahulu melalui pintu perhatian. Setelah melewati panca indera dan menjadi pengamatan. Perhatian ialah pengamatan yang terpusat. Menurut Jalaluddin Rahmad, perhatian adalah proses mental yang ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Dengan demikian awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari komunikan (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Selain *AA Procedure* dikenal juga dengan rumus klasik *AIDDA* sebagai *adaption proses*, yaitu *attention, interest, desire, decision, dan action*. Artinya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*Attention*), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*Interest*), hingga komunikan memiliki hasrat (*desire*) untuk

²³ Mahreni Fajar, *ilmu Komunikasi :Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 193.

menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator dan akhirnya diambil keputusan (*Decision*) untuk mengamalkannya dalam tindakan (*Action*).²⁴

Dalam konsep Islam itu sendiri mewajibkan kepada orang-orang yang beriman apapun yang kita sampaikan haruslah sesuai dengan apa yang kita lakukan atau kerjakan, jangan sampai komunikator hanya bisa menyampaikan pesan, sementara dia sendiri tidak mengamalkannya, kalau hal ini terjadi maka Allah SWT mengecamkan dengan kemurkaan-Nya yang sangat besar hal ini Allah jelaskan dalam Q.S Ash-Shaff: 2-3

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ
تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٣﴾

Artinya: wahai orang-orang yang beriman , mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian disisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan.²⁵

Dalam strategi komunikasi mengenai isi pesan tentu sangat menentukan efektivitas komunikasi. Menurut Willbur Schramm sebagaimana dikutip Marhaini Fajar, mengatakan bahwa syarat-syarat untuk berhasilnya pesan yaitu:

- Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
- Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia gerakkan. Untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.²⁶

52. ²⁴ Jalaluddin Rahmad, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), h.

²⁵ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 928.

²⁶ Fajar, *Ilmu,,,*, h. 194.

Menurut Jhonson yang dikutip oleh Syukur Kholil, ada beberapa keterampilan menyampaikan pesan agar komunikasi itu efektif, yaitu:

- a. Menyatakan sumber dengan tegas.
- b. Menyampaikan pesan secara lengkap dan mudah dipahami.
- c. Pesan-pesan verbal (berupa kata-kata) harus sejalan dengan pesan-pesan yang bersifat nonverbal (misalnya, isyarat dan gerak gerik).
- d. Menghindari *redundansi* yaitu pemulangan kata atau kalimat secara berlebihan.
- e. Berusaha untuk mendapatkan umpan balik dari komunikan.
- f. Menyesuaikan materi dan cara penyampaian dengan kemampuan dan daya tangkap komunikan.
- g. Mengungkapkan perasaan dengan kata-kata.
- h. Mengamati tingkah laku komunikan tanpa memberikan penilaian atau interpretasi.²⁷

3. Elemen-Elemen Komunikasi Efektif

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses pencapaian dan penerimaan pesan dari komunikator (sumber) kekomunikan (penerima). Pada tataran ini terlihat adanya tiga unsur atau elemen komunikasi yaitu, komunikator, pesan dan komunikan. Secara lebih luas, komunikasi bisa pula dipahami sebagai suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan dari komunikator kekomunikan dengan atau tanpa media serta melibatkan dua individu atau lebih yang saling berhubungan, biasanya ikutan dari elemen-elemen yang demikian adalah munculnya pertimbangan tentang efek (pengaruh) serta umpan balik (*feedback*).

Bila dicermati dengan mengacu pada pendapat sejumlah ahli komunikasi, beberapa sub elemen yang ada dalam suatu elemen komunikasi harus pula dipertimbangkan secara matang. Elemen pesan, misalnya tidak sekedar dipandang sebagai suatu yang harus disampaikan komunikator dan diterima komunikan, melainkan harus pula dilihat dari proses terbentuknya pesan itu sendiri. Komunikasi kemudian bisa dipahami sebagai suatu proses perencanaan,

²⁷ Syukur Kholil, *Bimbingan Konseling dalam Perspektif Islam* (Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis, 2009), h. 197-198.

penyusunan, penyampaian dan penerimaan pesan dari komunikator kekomunikanda, dengan atau tanpa media sehingga melahirkan efek tertentu dan berkemungkinan menghasilkan *feedback* tertentu. Dengan kata lain, keberhasilan suatu proses komunikasi tidak sekedar tergantung pada perhatian kita terhadap elemen-elemen komunikasi.

4. Hukum Komunikasi Efektif

Untuk suksesnya dalam berkomunikasi, harus dapat mengenal fondasi utama dalam pembangunan sebuah komunikasi yang efektif, untuk itu perlu memperhatikan lima hukum komunikasi yang efektif atau *The Five Inevitable Laws of Effective Communication*, lima hukum itu meliputi *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble* disingkat REACH yang berarti meraih. Hal ini relevan dengan prinsip komunikasi interpersonal, yakni sebagai upaya bagaimana meraih perhatian, pengakuan, citra kasih, simpati, maupun respon positif dari orang lain.²⁸

1. Hukum *Respect*

Hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi yang efektif adalah *respect*, ialah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Ingatlah pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Kita bahkan harus mengkritik atau memarahi seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan seseorang. Jika membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang menghasilkan

²⁸Suranto A.W, *Komunikasi interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 80.

sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik secara individu maupun secara keseluruhan hubungan antar manusia.²⁹

Menurut Dale Carnegie dalam bukunya *How to Win Friends and Influence People*, rahasia terbesar yang merupakan salah satu prinsip dasar dalam berurusan dengan manusia adalah dengan memberikan penghargaan yang jujur dan tulus. Seorang ahli psikologi yang sangat terkenal William James juga mengatakan bahwa prinsip paling dalam pada sifat dasar manusia adalah kebutuhan untuk dihargai. Sifat ini merupakan rasa lapar manusia yang harus dipenuhi (bukan harapan atau keinginan yang bisa ditunda). Lebih jauh Carnegie mengatakan bahwa setiap individu yang dapat memuaskan kelaparan hati ini akan menggenggam orang dalam telapak tangannya.

Charles Schwabb, salah satu orang pertama dalam sejarah perusahaan Amerika yang mendapat gaji lebih dari satu juta dolar setahun, mengatakan bahwa aset paling besar yang dia miliki adalah kemampuannya dalam membangkitkan antusiasme pada orang lain. Dan cara untuk membangkitkan antusiasme dan mendorong orang lain melakukan hal-hal terbaik adalah dengan memberi penghargaan yang tulus.³⁰ Hal ini pula yang menjadi satu dari tiga rahasia manajer satu menit dalam buku Ken Blanchard dan Spencer Johnson, *The One Minute Manager*.

2. Hukum *Empathy*

Dalam kehidupan ini banyak peristiwa yang lepas dari pandangan kita yang sejatinya dapat memberikan banyak pelajaran bagi perjalanan hidup kita. Peristiwa yang mengharukan maupun membahagiakan tetap memiliki arti dalam kehidupan setiap orang. Kemampuan kita untuk memahami dan mengalami suatu perasaan positif dan negatif akan membantu kita memahami makna kehidupan

²⁹ Choki Wijaya, *Seni Berbicara dan Berkomunikasi* (Yogyakarta: Secondhope, 2010), h. 24.

³⁰ *Ibid*, h. 26

yang sebenarnya. Kemampuan ini sering disebut sebagai *social competency* (kemampuan social) yang kita kenal dengan atribut empati. Kemampuan berempati akan mampu menjadi kunci dalam keberhasilan bergaul dan bersosialisasi di masyarakat. Seseorang dapat diterima oleh orang lain jika ia mampu memahami kondisi (perasaan) orang lain dan memberikan perlakuan yang semestinya sesuai dengan harapan orang tersebut. Kemampuan empati perlu diasah setiap orang agar dirinya dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya.

Empati merupakan kemampuan meletakkan diri sendiri dalam posisi orang lain dan menghayati pengalaman tersebut. Dengan bahasa yang lain empati adalah kemampuan seseorang dalam ikut merasakan atau menghayati perasaan dan pengalaman orang lain dengan tidak hanyut dalam suasana orang lain melainkan memahami apa yang dirasakan orang lain. Disamping itu empati bisa berarti kemampuan untuk mendeteksi perbedaan-perbedaan dalam diri orang lain dan memiliki kapasitas untuk menerima sudut pandang orang lain dengan tujuan untuk memahami keadaan emosional orang tersebut.³¹

Secara lebih luas empati diartikan sebagai ketrampilan social yang dimiliki oleh seseorang untuk ikut merasakan pengalaman orang lain (*vicarious affect response*) dan mampu melakukan respon kepedulian (*concern*) terhadap perasaan dan perilaku orang tersebut. Kemampuan menyelami perasaan orang lain tersebut tidak mensyaratkan kita tenggalam dan larut dalam situasi perasaannya tetapi kita mampu memahami perasaan negatif atau positif seolah-olah emosi itu dialami sendiri (resonansi perasaan).

Empati akan membantu kita bisa cepat memisahkan antara masalah dengan orangnya. Kemampuan empati akan mendorong kita mampu melihat permasalahan dengan lebih jernih dan menempatkan objektivitas dalam

³¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* cet 1 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 21

memecahkan masalah. Banyak alternatif yang memungkinkan dapat diambil manakala kita dapat berempati dengan orang lain dalam menghadapi masalah. Tanpa adanya empati sulit rasanya kita tahu apa yang sedang dihadapi seseorang karena kita tidak dapat memasuki perasaannya dan memahami kondisi yang sedang dialami.

Kunci untuk memahami perasaan orang lain adalah mampu membaca pesan non verbal, nada bicara, ekspresi wajah dan sebagainya. Penelitian Rosenthal membuktikan bahwa anak yang mampu membaca perasaan orang lain melalui isyarat non verbal lebih pandai menyesuaikan diri secara emosional, lebih populer, lebih mudah bergaul dan lebih peka. Kemampuan membaca pesan non verbal akan membantu seseorang melihat apa yang sebenarnya sedang terjadi yang tidak dapat disampaikan secara verbal. Pesan non verbal memberikan banyak peluang kita memahami apa yang sebenarnya terjadi dalam diri seseorang karena pesan tersebut sulit untuk direkayasa. Begitu pula dengan nada bicara, ekspresi wajah dan gerak-gerik tubuhnya.³²

Seseorang yang mampu membaca pesan ini akan menjadi mudah untuk memahami perasaan orang lain *empathy* adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap *empathy* adalah kemampuan kita untuk mendengar atau mengerti terlebih dahulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain, kita dapat membangun keterbukaan dan kepercayaan yang kita perlukan dalam membangun kerjasama atau sinergi dengan orang lain.³³

³² *Ibid*, h. 23

³³ Choki Wijaya, *Seni Berbicara*, h. 24.

Goleman (1997) menyatakan ada 3 (tiga) karakteristik kemampuan empati yaitu :

- a. Mampu menerima sudut pandang orang lain. Individu mampu membedakan antara apa yang dikatakan atau dilakukan orang lain dengan reaksi dan penilaian individu itu sendiri. Dengan perkembangan aspek kognitif seseorang, kemampuan untuk menerima sudut pandang orang lain dan pemahaman terhadap perasaan orang lain akan lebih lengkap dan akurat sehingga ia akan mampu memberikan perlakuan dengan cara yang tepat.
- b. Memiliki kepekaan terhadap perasaan orang lain. Individu mampu mengidentifikasi perasaan-perasaan orang lain dan peka terhadap hadirnya emosi dalam diri orang lain melalui pesan non verbal yang ditampakkan, misalnya nada bicara, gerak-gerik dan ekspresi wajah. Kepekaan yang sering diasah akan dapat membangkitkan reaksi spontan terhadap kondisi orang lain, bukan sekedar pengakuan saja.
- c. Mampu mendengarkan orang lain. Mendengarkan merupakan sebuah ketrampilan yang perlu dimiliki untuk mengasah kemampuan empati. Sikap mau mendengar memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap perasaan orang lain dan mampu membangkitkan penerimaan terhadap perbedaan yang terjadi.³⁴

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses empati, antara lain :

- a. Sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi memungkinkan seseorang dapat mengalami sejumlah emosi, mengarahkan seseorang untuk melihat keadaan orang lain dan berpikir tentang orang lain.
- b. Perkembangan kognitif. Empati dapat berkembang seiring dengan perkembangan kognitif yang mengarah kepada kematangan kognitif, sehingga dapat melihat sesuatu dari sudut pandang orang lain (berbeda).
- c. Mood dan Feeling. Situasi perasaan seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungannya akan mempengaruhi cara seseorang dalam memberikan respon terhadap perasaan dan perilaku orang lain.
- d. Situasi dan tempat. Situasi dan tempat tertentu dapat memberikan pengaruh terhadap proses empati seseorang. Pada situasi tertentu seseorang dapat berempati lebih baik dibanding situasi yang lain.
- e. Komunikasi. Pengungkapan empati dipengaruhi oleh komunikasi (bahasa) yang digunakan seseorang. Perbedaan bahasa dan ketidakpahaman tentang komunikasi yang terjadi akan menjadi hambatan dalam proses empati.³⁵

³⁴ Goleman, *Karakteristik Komunikasi* (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 1997), h. 39

³⁵ *Ibid*, h. 40

Kemampuan empati dapat dilatih atau diasah meskipun usia seseorang telah beranjak dewasa. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan agar kemampuan empati kita terbentuk, antara lain :

a. Rekam semua emosi pribadi

Setiap orang pernah mengalami perasaan positif maupun negatif, misalnya sedih, senang, bahagia, marah, kecewa dan lain sebagainya. Pengalaman-pengalaman tersebut apabila kita catat atau rekam akan membantu kita memahami perasaan yang sama saat kondisi tertentu menjumpai kita kembali. Disamping itu ketika kita mengetahui perasaan tersebut sedang dialami oleh seseorang, kita dapat memahami kondisi tersebut sehingga kita dapat memperlakukannya sesuai dengan apa yang diharapkannya. Cara mencatat atau merekamnya dapat berupa tulisan di buku harian atau sekedar mengingat-ingat dalam alam sadar kita.³⁶

b. Perhatikan lingkungan luar (orang lain)

Memperhatikan lingkungan luar atau orang lain akan memberikan banyak informasi tentang kondisi orang di sekitar kita. Informasi ini sangat penting untuk dijadikan panduan dalam mengambil pilihan perilaku tertentu. Informasi ini juga dapat dijadikan pembanding dengan diri kita tentang apa yang sedang terjadi, sehingga kita dapat mengetahui apakah perasaan dan perilaku kita sudah sesuai dengan lingkungan sekitarnya. Memperhatikan orang lain merupakan ketrampilan tersendiri yang tidak semua orang menyukainya. Memperhatikan tidak sekedar melihat orang per orang tetapi juga mencoba menghilangkan perasaan-perasaan subyektif kita saat memperhatikan, sehingga akan muncul keinginan untuk mendalami perasaan orang yang sedang kita lihat tersebut.³⁷

³⁶ Ya'kub Hamzah, *Etika Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius, 1996), h. 47

³⁷ *Ibid*, h. 48

c. Dengarkan curhat orang lain

Mendengarkan adalah sebuah kemampuan penting yang sering dibutuhkan untuk memahami masalah atau mendapatkan pemahaman yang lebih jelas terhadap permasalahan yang sedang dihadapi orang lain. Kemampuan mendengarkan juga harus latih agar memberikan dampak yang positif dalam interaksi sosial kita. Syarat yang dibutuhkan untuk dapat mendengarkan adalah menghilangkan atau meminimalkan perasaan negatif atau prasangka terhadap obyek yang menjadi sasaran dengar.

Disamping itu juga perlu adanya kemauan untuk membuka diri kita untuk orang lain, khususnya dengan memberikan kesempatan orang lain untuk berbicara yang dia inginkan tanpa kita potong sebelum selesai pembicaraannya. Mendengar keluh kesah atau cerita gembira orang lain akan mampu memberikan pengalaman lain dalam suasana hati kita. Mendengarkan cerita sedih akan mampu membawa kita kedalam suasana hati orang lain yang sedang bersedih dan dapat membangkitkan keinginan untuk memahami masalah atau perasaan orang tersebut. Begitu pula perasaan yang lain. Semakin banyak cerita, masalah dan ungkapan perasaan yang kita dengarkan akan membuat kita semakin kaya dengan pengalaman tersebut dan pada akhirnya semakin mengetahui bagaimana cara memahami orang lain atau perasaannya.

d. Bayangkan apa yang sedang dirasakan orang lain dan akibatnya untuk diri kita.

Membayangkan sebuah kejadian yang dialami orang lain akan menarik diri kita ke dalam sebuah situasi yang hampir sama dengan yang dialami orang tersebut. Refleksi keadaan orang lain dapat membuat kita merasakan apa yang sedang dialami orang tersebut dan mampu membangkitkan suasana emosional. Membayangkan sebuah kondisi tersebut dapat lebih mudah manakala kita pernah mengalami perasaan atau kondisi yang sama. Seseorang yang sering

membayangkan apa yang dialami atau dirasakan orang lain dan akibat yang akan ditimbulkan manakala hal tersebut terjadi pada diri kita saat kejadian atau setelah kejadian akan memudahkan kita merasakan suasana emosi seseorang manakala melihat kejadian-kejadian yang berkaitan dengan situasi penuh dengan emosi-emosi tertentu.

e. Lakukan bantuan secepatnya.

Memberikan bantuan atau pertolongan kepada orang-orang yang membutuhkan dapat membangkitkan kemampuan empati. Respon yang cepat terhadap situasi di lingkungan sekitar yang membutuhkan bantuan akan melatih kemampuan kita untuk empati. Bantuan yang kita berikan tidak perlu menunggu waktu yang lebih lama tetapi kita berusaha memberikan segenap kemampuan kita saat melihat atau menyaksikan orang-orang yang membutuhkan. Pertolongan yang kita berikan akan menstimulus keadaan emosi kita untuk melihat lebih jauh perasaan orang yang kita beri pertolongan dan semakin sering kita memberikan respon dengan cepat akan semakin mudah kita mengembangkan kemampuan empati kepada orang lain.³⁸

3. Hukum *Audible*

Makna dari *audible* antara lain, dapat didengar atau dapat dimengerti dengan baik. Jika *empathy* berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik. Maka *audible* berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan kita untuk menggunakan media atau *delivery chanel* sedemikian hingga dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan.³⁹

³⁸ *Ibid*, h. 49

³⁹ *Ibid*, h. 24.

Pesan yang kita sampaikan harus audible, artinya pesan dapat diterima dan dimengerti oleh penerima pesan dengan baik. Untuk itu, pesan bisa disampaikan melalui berbagai media, seperti alat bantu audio visual. Vokal, gaya bahasa, intonasi perlu dilatih sehingga bahasa yang dikeluarkan mudah difahami oleh lawan bicara. Bagi anda yang cadel sepertinya juga harus berlatih mencari kosakata untuk mengganti kosakata yang menggunakan huruf R agar lawan bicara anda nyaman. Tapi kalau anda merasa bahwa cadel adalah kelebihan tidak menjadi masalah untuk mengganti dan menghindari pengucapan huruf R selama lawan bicara anda paham apa yang anda sampaikan. Kunci utama agar komunikasi anda dapat diterima antara lain adalah :

1. Buat pesan Anda mudah untuk dimengerti.
2. Fokus pada informasi yang penting.
3. Gunakan ilustrasi untuk membantu memperjelas isi dari pesan tersebut.
4. Taruhlah perhatian pada fasilitas yang ada dan lingkungan di sekitar Anda
5. Antisipasi kemungkinan masalah yang akan muncul.
6. Selalu menyiapkan rencana atau pesan cadangan (backup).⁴⁰

4. Hukum *Clarity*

Dalam membangun komunikasi yang efektif adalah pesan yang kita sampaikan harus jelas sehingga tidak menimbulkan penafsiran yang berlainan. Pesan yang dapat menimbulkan berbagai penafsiran akan menimbulkan dampak yang tidak sederhana. *Clarity* dapat pula berarti keterbukaan. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap transparan sehingga dapat menimbulkan rasa percaya dari penerima pesan atau anggota tim kita. Keterbukaan akan mencegah timbulnya sikap saling curiga yang akan menurunkan semangat dan antusiasme tim kita.

Supaya pesan yang tersampaikan jelas, beberapa hal ini dapat anda lakukan: (a) Tentukan goal dari pembicaraan anda. (b) Visualiasikan apa yang akan anda sampaikan. tidak ada salahnya bila pembicaraan sangat penting

⁴⁰ Choki Wijaya, *Seni Berbicara*,,,,,,, h. 39

anda merancang 1-2 jam sebelum bicara apa yang akan anda sampaikan buat pesan dengan jelas, tepat dan meyakinkan. Selain bahwa pesan harus dimengerti dengan baik, maka hukum yang keempat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan, hukum *clarity* dapat pula diartikan keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi mengembangkan sikap terbuka sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (*trust*) dari penerima pesan.⁴¹

5. Hukum *Humble*

Hukum yang kelima dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati, sikap ini adalah unsur yang terkait hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Sikap rendah hati pada intinya antara lain, sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan mau menerima kritikan, tidak sombong dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.⁴²

Jika komunikasi yang kita bangun didasarkan pada lima hukum pokok komunikasi yang efektif ini, maka kita dapat menjadi seorang komunikator yang handal, dapat menyampaikan pesan dengan cara yang sesuai dengan keadaan komunikan dan pada gilirannya dapat membangun jaringan hubungan dengan orang lain yang penuh dengan penghargaan. Komunikasi yang tidak mempertimbangkan keadaan komunikan, akan menghasilkan komunikasi yang arogan, satu arah dan sering kali menjengkelkan orang lain.⁴³

Efektivitas komunikasi dalam pendekatan Islam ternyata telah disampaikan melalui media komunikasi Ilahi yaitu kandungan alquran itu sendiri seperti yang terdapat di dalam Q.S an-Nisa ayat 63, Allah berfirman :

⁴¹ *Ibid*, h. 25.

⁴² *Ibid*, h. 25.

⁴³ Suranto A.W, *Komunikasi interpersonal*,,,, h, 81-82.

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٧٠﴾

Artinya : Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka , dan berilah mereka pelajaran dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.⁴⁴

Jika melihat dan menganalisis dari kaedah makna ayat tersebut maka akan dapat menciptakan komunikasi yang efektif dalam menyampaikan gagasan, terutama dengan cara menyelami perasaan yang dirasakan komunikan, sehingga komunikator dapat dengan mudah untuk menyatukan perasaan komunikannya, atau yang disebut dengan Empaty. Bila empathy berperan sebagai efektifitas komunikasi menyangkut perasaan , maka tidak dapat dihidari adanya unsur-unsur psikologis yang dimainkan pada saat proses komunikasi maka terbentiklah psikologi komunikasi, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

Efektivitas komunikasi pada bagian keterbukaan dan transparansi suatu pesan terutama suatu kejujuran dan keterbukaan yang bernilai ibadah dan muamalah, hal semacam ini sebenarnya telah banyak disinggung dalam alquran Allah berfirman Q.S. al-Ahzab: 70 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.⁴⁵

Dengan keterbukaan dan memberikan transpormasi yang benar, maka suatu wujud untuk menciptakan keakraban dan nilai saling kepercayaan satu sama

⁴⁴Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 88.

⁴⁵Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama), h. 427.

lain, maka tanpa disadari telah ikut serta mengurangi konflik batin, terutama pada komunikasi itu sendiri.

5. Faktor Komunikasi Efektif

Komunikasi yang efektif menjadi keinginan semua orang. Dengan komunikasi efektif tersebut, pihak-pihak yang terlibat di dalamnya memperoleh manfaat sesuai dengan yang diinginkan. Ada beberapa faktor yang sangat menentukan keberhasilan komunikasi pribadi dipandang dari sudut komunikator, komunikan dan pesan.

1. Faktor keberhasilan dilihat dari sudut komunikator

- a. Kredibilitas. Ialah kewibawaan seorang komunikator dihadapan komunikan. Pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator yang kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh terhadap penerima pesan.
- b. Daya tarik. Ialah daya tarik fisik maupun non fisik. Adanya daya tarik ini akan mengundang simpati penerima pesan komunikasi. Pada akhirnya penerima pesan akan dengan mudah menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Kemampuan intelektual. Ialah tingkat kecakapan, kecerdasan dan keahlian seorang komunikator. Kemampuan intelektual itu diperlukan seorang komunikator, terutama dalam hal menganalisis suatu kondisi sehingga bisa mewujudkan cara komunikasi yang sesuai.
- d. Integritas atau kepaduan sikap dan perilaku dalam aktivitas sehari-hari. Komunikator yang memiliki keterpaduan, kesesuaian antara ucapan dan indakannya akan lebih disegani oleh komunikan.
- e. Kepercayaan, kalau komunikaor dipercaya oleh komunikan maka akan lebih mudah menyampaikan pesan dan pengaruh sikap orang lain.
- f. Kepekaan sosial, yaiu suatu kemampuan komunikator untuk memahami situasi di lingkungan hidupnya. Apabila situasi lingkungan sedang sibuk, maka komunikator perlu mencari waktu lain yang lebih tepat untuk menyampaikan suatu informasi kepada orang lain.
- g. Kematangan tingkat emosional, ialah kemampuan komunikator untuk mengendalikan emosi, sehingga tetap dapat melaksanakan komunikasi dalam suasana yang menyenangkan dikedua belah pihak.
- h. Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan, artinya seorang komunikator perlu memahami kondisi psikologis orang yang

- diajak bicara. Diharapkan komunikator dapat memilih saat yang paling tepat untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan.
- i. Komunikator harus bersikap supel, ramah dan tegas.⁴⁶
2. Faktor keberhasilan dilihat dari sudut komunikan.
 - a. Komunikan yang cakap akan mudah menerima dan mencerna materi yang diberikan oleh komunikator.
 - b. Komunikan yang memiliki pengetahuan yang luas akan cepat menerima dan mencerna materi yang diberikan oleh komunikator.
 - c. Komunikan harus bersikap ramah, sopan dan pandai bergaul agar tercipta proses komunikasi yang lancar.
 - d. Komunikan harus memahami dengan siapa ia bicara.
 - e. Komunikan bersifat bersahabat dengan komunikator.⁴⁷
 3. Faktor keberhasilan dilihat dari sudut pesan.
 - a. Pesan komunikasi perlu dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian komunikan.
 - b. Lambang-lambang yang digunakan harus benar-benar dapat dipahami oleh kedua belah pihak yaitu komunikator dan komunikan.
 - c. Pesan-pesan tersebut disampaikan secara jelas dan sesuai dengan kondisi maupun situasi setempat.
 - d. Tidak menimbulkan multi interpretasi atau penafsiran yang berlainan.
 - e. Sediakan informasi yang praktis, berguna dan membantu komunikan melakukan tindakan yang diinginkan.
 - f. Berikan fakta, bukan kesan dengan cara menyampaikan kalimat kongkrit, detail dan spesifik disertai bukti yang mendukung opini.
 - g. Tawaran rekomendasi dengan cara mengemukakan langkah-langkah yang disarankan untuk membantu komunikan menyelesaikan masalah yang dihadapi.⁴⁸

6. Komunikasi Efektif dalam Alquran

Selama manusia hidup dalam masyarakat, maka selama itu pula komunikasi memegang peranan penting. Alquran menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Dalam analisa terhadap ayat alquran yang memuat masalah komunikasi, ditemukan bahwa alquran mempergunakan berbagai kata kunci, diantaranya kata “al-Bayan”. Al-Syaukani dalam menjelaskan kata kunci “al-Bayan” mengartikannya sebagai kemampuan berkomunikasi. Selain itu, kata

⁴⁶ *Ibid*, h. 84.

⁴⁷ *Ibid*, h. 85.

⁴⁸ *Ibid*, h. 86.

kunci yang dipergunakan alquran untuk berkomunikasi adalah “al-Qaul”. Dalam mengartikan al-Qaul ini Jalaluddin Rahmat menyimpulkan enam prinsip.⁴⁹

- a. Resfect. Terdapat dalam QS. al-Ahzab 33 :70)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.⁵⁰

Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang menghargai atau dalam komunikasi disebut dengan resfect. Resfect menurut ayat di atas bentuk komunikasi efektif yang dilakukan dengan bahasa benar, jujur, konsisten dan terkendali. Ada juga yang menafsirkan qaulan sadiida dengan ucapan yang sesuai antara yang lahir dan yang bathin. Termasuk ucapan yang mampu mendamaikan antara orang-orang yang bertikai. Pictalh menerjemahkan kata tersebut dengan lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit. Berdasarkan berbagai penafsiran tersebut, maka yang menjadi prinsip pertama dalam komunikasi perspektif alquran adalah berkata yang benar dan menghindari kebohongan, sehingga ucapan yang disampaikan menyejukkan hati yang menjadi sasaran informasi.⁵¹

- b. Empathy. Terdapat dalam QS. an-Nisa : 63

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan

⁴⁹ Jalaluddin Rahmat, *Prinsip-prinsip Komunikasi Dalam Alquran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), h. 35

⁵⁰ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h.80

⁵¹ *Ibid*, h. 77

berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.⁵²

Kata baligh dari bahasa Arab berarti sampai, mengenai sasaran, atau mencapai tujuan.⁵³ Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang meletakkan diri sendiri pada posisi orang lain atau dalam komunikasi disebut dengan empathy. Empathy menurut ayat di atas bentuk komunikasi efektif yang dilakukan dengan apabila dikaitkan dengan qaul (ucapan atau komunikasi), maka baligh berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu, prinsip qaulan baliighan dapat diartikan sebagai prinsip komunikasi yang efektif. Adapun penjelasan Jalaluddin Rahmat tentang qaulan balighan mencakup 2 hal sebagai berikut : (a) Qaulan baliighan terjadi bila komunikator menyentuh khalayaknya pada hati dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. (b) Qaulan balighan terjadi bila komunikator menyentuh khalayaknya pada hati dan otaknya.⁵⁴

Dengan demikian prinsip qaulan balighan adalah prinsip berkomunikasi secara efektif dan tepat sasaran. Penerapan prinsip ini membutuhkan cara pandang yang bijaksana dari komunikator, maksudnya adalah menyesuaikan isi pesan dengan kondisi masyarakat atau orang yang menjadi sasaran dari informasi yang akan disampaikan. Kondisi yang dimaksudkan baik terkait dengan suasana, tempat, dan kondisi bathin seorang yang menjadi sasaran komunikasi. Karena meskipun isi dari pesan yang akan disampaikan mengandung kebenaran dan bermanfaat bagi orang yang akan disampaikan, tetapi jika disampaikan dengan cara yang kurang efektif, maka akan mengakibatkan gagalnya dari tujuan penyampaian yang dimaksudkan. Sehingga keberhasilan komunikasi sangat tergantung pada efektivitas penyampaian informasi.

⁵² Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 88

⁵³ Ahmad Warson Munawir, *Kamus al-Munawir* (Yogyakarta : Pondok Pesantren al-Munawwir, 1984), h. 116

⁵⁴ Jalaluddin Rakhmad, *Komunikasi,,,*, h. 39

c. Audible terdapat dalam QS. al-Isra : 28

وَأَمَّا تَعْرِضْنَ عَنْهُمْ أَوْتَعَا رَحْمَةً مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya: Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas.⁵⁵

Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang dapat didengar dan mudah dimengerti atau dalam komunikasi disebut dengan audible. Audible menurut ayat di atas bentuk komunikasi efektif yang dilakukan dengan Bermakna ucapan yang lembut, baik dan pantas. Ucapan yang pantas adalah ungkapan-ungkapan yang mempunyai satu arti yaitu keadaan dan sifat hati yang mengandung kaitan antara ilmu dan amal.

d. Clarity terdapat dalam QS. Thaha :44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴿٤٤﴾

Artinya: Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".⁵⁶

Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang harus jelas agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda atau dalam komunikasi disebut dengan clarity. Clarity menurut ayat di atas bentuk komunikasi efektif yang dilakukan dengan Yang dimaksud dengan qaulan layyinan adalah ucapan lembut atau halus sehingga enak meresap ke dalam hati. Dalam menanamkan nilai-nilai, sangat perlu mempergunakan ucapan-ucapan yang lembut. Hal tersebut karena kata-kata yang lembut mampu menyentuh rasa dan kesadaran manusia yang lebih dalam yang letaknya bukan di otak tapi di hati.

⁵⁵ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 229

⁵⁶ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 501

e. Humble terdapat dalam QS.al-Israa : 23

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۝٢٣﴾

Artinya: Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.⁵⁷

Kalimat ini mengandung arti pembicaraan yang rendah hati atau dalam komunikasi disebut dengan humble. Humble menurut ayat di atas bentuk komunikasi efektif yang dilakukan dengan Qaulan Kariman adalah ucapan yang halus dan lembut. Komunikasi ini pada dasarnya melipti seluruh prinsip komunikasi efektif, dimana dalam komunikasi qaulan kariman harus menampilkan sikap jujur, sopan, benar serta bermanfaat baik dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat dan berbangsa dan bernegara sehingga melahirkan rahmat dari Allah SWT.

7. Faktor Penghambat Komunikasi

Meskipun kita sudah berusaha berkomunikasi dengan sebaik-baiknya, namun komunikasi secara memadai namun kadang-kadang diganggu oleh hambatan tersebut. Faktor-faktor yang menghambat efektivitas dapat disebutkan di bawah ini.

1. Kredibilitas komunikator rendah, komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.
2. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya, nilai-nilai sosial yang berlaku disuatu komunitas atau dimasyarakat harus diperhatikan,

⁵⁷ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 325

sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai budaya yang berlaku. Sebaliknya, antara pihak-pihak yang berkomunikasi perlu menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang berlaku.

3. Kurang memahami karakteristik komunikan, karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan dan hal ini dapat menghambat komunikasi karena dapat menimbulkan kesalahpahaman.
4. Prasangka buruk, prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong kepada sikap apatis dan penolakan.
5. Perbedaan persepsi, apabila pesan yang dikirimkan oleh komunikan dipersepsi sama oleh komunikan maka keberhasilan komunikasi akan menjadi lebih baik. Namun perbedaan latar belakang sosial budaya, sering kali mengakibatkan perbedaan persepsi.⁵⁸

8. Konsep Keefektifan Komunikasi

Selama lebih dari 2500 tahun para dosen sudah ahli ilmu teori komunikasi telah membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan keefektifan komunikasi. Setelah usaha yang berabad-abad untuk memecahkan masalah ini, hasilnya tetap belum terpecahkan. Bahkan orang bertanya-tanya apakah kita belum mencapai kemajuan sama sekali ke arah pemecahan masalah itu. Sepanjang sejarah konsep komunikasi yang efektif telah berkembang baik dalam arti untuk menggambarkan keefektifan komunikasi maupun dalam menetapkan kriteria untuk menentukan komunikasi yang efektif. Pendekatan klasik dari Quintilian menganggap bahwa komunikasi yang efektif merupakan gabungan antara keterampilan yang diperoleh dan karakter moral yang tinggi : “orang yang baik

⁵⁸*Ibid*, h. 87.

akan berbicara dengan baik pula”. Periode sejarah retorika yang akan merumuskan keefektifan, umpamanya dalam arti antara lain, keterampilan dalam penggunaan bahasa artistic (*retorika stilistik*) dan penyajian komunikasi secara terampil (*periode elokasi*).⁵⁹

Seabad yang lalu masyarakat kita menganggap keefektifan komunikasi itu dalam arti seni menggunakan bahasa secara fasih (*eloquence*), suatu hari konsep yang hampir sepenuhnya hilang dari kriteria keefektifan dewasa ini. Masyarakat yang sedang berubah secara jelas mencerminkan pergeseran dari memandang keefektifan komunikasi sebaagi kemampuan berpidato di depan umum kefokus yang sekarang komunikasi social informal atau komunikasi massa melalui media massa.

Pendekatan pertama pada keefektifan komunikasi yang masih tetap bertahan bertahun-tahun adalah pengukuran keefektifan dalam arti efek yang ditimbulkan. Criteria aliran neo Aristoteles mengajukan pertanyaan “berhasilkah?” jika berhasil maka ia efektif. Dalam arti yang lebih reaalistik, banyak evaluasi komunikasi berpusat pada efek. Suatu agen periklanan hanya akan laku selama periklanannya berhasil dalam menjual produk. Seorang penyusun program televisi hanya akan tetap memegang pekerjaannya selama orang memilih untuk menonton program itu. Seorang calon partai politik hanya dapat efektif jika ia dipilih. Jika kriteria efek mempunyai aroma “penipuan” maka celakalah, namun begitulah sifat realitas dalam dunia usaha, politik dan sebagainya.⁶⁰

Problem yang lain dapat mengevaluasi keefektifan dengan criteria efek adalah masalah kapan efek itu selayaknya diukur. Sebagaimana telah dikemukakan Black kriteria efek itu hampir selalu diterapkan berdasarkan jangka waktu yang terlalu pendek .sering kali kita berbicara tentang seseorang yang

⁵⁹ *Ibid*, h. 88.

⁶⁰ *Ibid*, h. 88.

“mendahului waktunya” yang diartikan bahwa orang itu tidak afektif untuk jangka waktu yang terlalu pendek (sekarang ini) akan tetapi ia diramalkan memiliki keefektifan yang amat tinggi apabila dilihat dari jangka waktu yang lebih panjang.

Pendekatan yang kedua keefektifan komunikasi adalah komunikasi memberikan penekatan pada teknik komunikasi. Pendekatan ini menyarankan adanya identifikasi yang baku tentang komunikasi yang “baik” atau yang “buruk”. Maka keefektifan komunikasi menjadi masalah memperoleh keterampilan (*skill*) dalam mencontoh model yang baik. Teknik sering kali dipakai untuk menggantikan pemahaman yang memadai pada proses komunikasi manusia. Tingkat keterampilan dalam menggunakan teknik tidak dapat menggantikan pemahaman. Menyandarkan diri pada teknik sebagai kriteria keefektifan komunikasi, secara drastis akan menyederhanakan secara berlebih-lebihan kompleksitas proses-proses itu dan sekali lagi memperdangkal pemahaman yang realistis terhadap keefektifan komunikasi.⁶¹

Pendekatan yang ketiga konsep keefektifan yaitu menyesuaikan diri dengan orang lain yang berkomunikasi. Komunikasi seorang adalah efektif sejauh ia menyesuaikan prilakunya, persepsinya, perangkatnya kepada para komunikator lainnya. Penyesuaian merupakan inti dari hampiran komunikasi manusia secara dramatisasi. Baik Burke maupun Goffman memberikan penekanan pada penggunaan strategi sebagai fenomena normal komunikasi manusia memberikan gaya pada pesan agar dapat memaksimalkan kemungkinan mencapai hasil kerja yang diinginkan.⁶²

Penyesuaian melalui interaksi seperti itu memerlukan pendekatan longitudinal pada komunikasi agar dapat menemukan sebanyak mungkin hal-hal tentang orang lain dan dalam pertukaran komunikasi yang sifatnya member dan menerima, dan mencapai derajat identifikasi dengan orang lain tersebut. Pada

⁶¹ *Ibid*, h. 89.

⁶² *Ibid*, h. 89.

tingkat komunikasi massa, perspektif yang longitudinal itu akan melibatkan kampanye strategi bermulti muka yang didesain untuk menghasilkan tingkat identifikasi merupakan hamper keefektifan komunikasi yang terkemuka memperhitungkan derajat kompleksitas yang lebih besar yang terkandung dalam proses komunikasi.

Suatu hampiran pada komunikasi yang terakhir adalah mengevaluasi keefektifan sistem komunikasi secara keseluruhan daripada hanya seorang individu saja. Pendekatan sistematis ini telah digunakan secara luas di bidang terapi .sehingga individu tidak lagi menjadi objek terapi tetap menjadi system social sebagai keseluruhannya. Implikasi terapisnya adalah bahwa seorang hanya berkomunikasi secara efektif sejauh perilakunya orang lain dalam konteks social. Di bidang terapi lainnya keefektifan komunikasi telah pula dievaluasi melalui konsep nonindividu yang sifatnya holistik. Misalnya suatu system kelompok yang berkomunikasi secara efektif dapat dievaluasi dengan konsep kelompok seperti misalnya consensus, kekohesifan, kestabilan, atau kecocokan peranan. Penelitian tentang interaksi relasional akhir-akhir ini, khususnya interaksi simetris dan yang komplementer, menganggap bahwa hubungan itu sendiri bersifat stabil sehingga perilaku individu itu hanya efektif jika “selaras” atau “cocok” dengan perilaku orang lainnya karena itu ia menjadi ukuran keefektifan komunikasi.

9. Bentuk-bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi pada diri sendiri komunikasi *intrapersonal* adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri. Diri pribadi adalah suatu ukuran/kualitas yang memungkinkan seseorang untuk dianggap dan dikenali ini oleh dirinya sendiri.

Ronald L. Appbaum, dalam bukunya mendefinisikan komunikasi *intrapersonal* yaitu: “ *Communication that take place withi us, includes the act of*

taking to ourselves and the acts of observing and attacking meaning (intellectual and emotional) to our environment".⁶³ Komunikasi yang menempatkannya di dalam diri, termasuk dari tindakan yang diambil sendiri dan tindakan dalam mengamati dan memberikan makna intelektual dan emosional pada lingkungan.

Komunikasi *intrapersonal* adalah keterlibatan *internal* secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi *intrapersonal* dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator. Untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi, maka seseorang perlu untuk mengenal diri mereka sendiri dan orang lain. Karena pemahaman ini diperoleh melalui proses persepsi. Maka pada dasarnya letak persepsi adalah pada orang yang mempersepsikan, bukan pada suatu ungkapan ataupun obyek.

Contoh komunikasi intrapribadi yang dilakukan sehari-hari dalam upaya memahami diri pribadi diantaranya: berdo'a, bersyukur, introspeksi diri dengan meninjau perbuatan dan reaksi hati nurani, mendayagunakan kehendak bebas, dan berimajinasi secara kreatif. Pemahaman diri pribadi ini berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup. tidak terlahir dengan pemahaman akan siapa diri, tetapi perilaku selama ini memainkan peranan penting bagaimana membangun pemahaman diri pribadi ini.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Di dalam melakukan komunikasi politik, komunikasi antarpribadi adalah sangat penting dikarenakan komunikasi antarpribadi melibatkan personalnya

⁶³ Ronald L. Appbaum, *Fundamental Concept in Human Communication* (New York: Harper & Row Publishing, 1979), h. 313.

antara dua orang atau lebih secara langsung yaitu dengan tatap muka. seperti yang dikatakan oleh R. Wayne Pace bahwa “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face setting*”.⁶⁴

Joseph A. Devito mendefenisikan komunikasi antarpribadi sebagai “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika” (*The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*).⁶⁵

Onong Uchjana Effendy mengemukakan komunikasi antarpribadi yaitu dianggap paling ampuh dalam upaya mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan.⁶⁶ Hal ini disebabkan komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka (*face to face*) maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*), sehingga hasil umpan balik berlangsung seketika, sehingga komunikator dapat mengetahui apakah komunikasinya ditanggapi positif atau negatif oleh komunikan dan hasil ini dapat dilihat dari mimik atau ekspresi wajah, jika tanggapan komunikan itu negatif maka dapat diubah gaya komunikasi tersebut.

Menurut teori Kinesik, setiap gerakan tubuh mempunyai makna tertentu. Penampilan dan gerakan tubuh serta ekspresi wajah mempunyai regulitas sehingga dapat diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam komunikasi antar pribadi lebih dari 90 % dampak komunikasi ditentukan oleh lambang komunikasi yang bersifat nonverbal, seperti ekspresi wajah, kontak mata, mimik,

⁶⁴ R. Wayne Pace dalam Haffied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2008), h. 32.

⁶⁵ Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book* (New York: Harper & Row Publishing, 1979), h. 43.

⁶⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 62.

gerak kaki postur tubuh, jarak tubuh, pakaian, penampilan dan nada suara. Sedangkan pengaruh kata-kata kurang dari 10%.⁶⁷

Pendapat lain menyatakan, bahwa komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan di antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang, dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*).⁶⁸ Pendapat lain seperti Mulyana mengatakan, pemahaman tentang komunikasi antarpribadi harus diawali dengan pembentukan konsep diri.⁶⁹ Bahwa konsep diri yaitu pandangan mengenai siapa diri individu tersebut, dan itu dapat diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain.

Menurut sifatnya komunikasi interpersonal dapat dibedakan menjadi dua macam yakni, komunikasi diadik (*Dyadic Communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*). Komunikasi diadik adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka, yaitu dengan percakapan, dialog, dan wawancara. Sedangkan komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, di mana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya. Tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi.⁷⁰

Sedangkan menurut Arni Muhammad mengatakan bahwa Komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang yang terlibat dalam komunikasi, menjadi bertambahlah persepsi orang dalam kejadian komunikasi sehingga bertambahlah komplekslah komunikasi tersebut. Komunikasi

⁶⁷ Astrid French dalam Syukur Kholil dalam Hasan Mansur Nasution, *Masjid Agama dan pendidikan untuk Kemajuan Bangsa* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2009), h. 78.

⁶⁸ H.AW. Widjaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), h. 122.

⁶⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*....., h. 7.

⁷⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*...h. 33.

antarpribadi I adalah membentuk hubungan dengan orang lain.⁷¹ Kemudian hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hampir sepertiga dampak komunikasi berasal dari nada suara. Namun kebanyakan komunikator kurang menyadari dampak nada suara kepada hasil komunikasi.

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar-perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung tatap muka ataupun tidak langsung yaitu melalui berperantara media. Hal ini dapat dilakukan seperti seorang calon legeslatif dari partai tertentu melakukan perjalanan ke suatu daerah sambil berjabat tangan atau dengan melakukan kunjungan dari satu rumah ke rumah lain. Sedangkan berperantara seperti melakukan komunikasi antarpribadi dengan perantara “telepon interaktif” langsung ke *hand phone* atau kantornya yang memungkinkan orang-orang berbicara tentang sesuatu masalah yang akan mendapat perhatiannya.

3. Komunikasi Kelompok (*group communication*).

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif di antara mereka satu sama lainnya. Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan berupa kontribusi arus informasi di antara mereka sehingga dapat menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu. Kelompok juga memberi identitas kepada individu, melalui identitas ini setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu dengan lain.⁷²

Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya, *Human Communication, A Revision of Approaching Speech/Communication*, memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih

⁷¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 159.

⁷² Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), h. 266.

individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat (*the face to face interaction of three or more individuals, for a recognized urpose such as information sharing,self maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately*).⁷³

Dari defenisi di atas, terdapat empat elemen yang mencakupinya yaitu :

1. Interaksi tatap muka. Komunikasi kelompok dalam terninologi tatap muka (*face to face*) mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Dalam Komunikasi kelompok memiliki dua tujuan yakni tujuan masing-masing pribadi dalam kelompok dan tujuan kelompok itu sendiri.
2. Jumlah partisipasi yang terlibat dalam interaksi. Pengertian kelompok di sini adalah kelompok kecil, tidak ada batasan yang jelas, berkisar antara 2 sampai 15 orang.
3. Maksud atau tujuan yang dikehendaki. Hal ini sesuai dengan tipe dari kelompok tersebut, apabila tujuannya untuk memberikan informasi, maka komunikasi yang dimaksud untuk menanamkan pengetahuan.
4. Kemampuan anggota untuk menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya. Hal ini dimaksud bahwa setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu dengan lain serta masing-masing sudah mengetahui maksud dan tujuan anggota telah terdefenisikan dengan jelas.

Dalam dekade 40-an, sejumlah peneliti mulai melakukan penelitian secara sistematis mengenai bagaimana orang memutuskan untuk memilih salah seorang calon dalam pemilihan umum. Dua studi penting tentang hal ini dilakukan masing-masing oleh Paul Lazarsfeld dan rekan-rekannya pada tahun 1940 di

⁷³ Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka,1994), h. 91.

Pennsylvania. Serta penelitian lain oleh Bernard Barelson dan rekan-rekannya pada tahun 1948 di New York. Kedua studi berangkat dari asumsi bahwa media massa memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan untuk memilih. Namun kedua studi tersebut menghasilkan temuan yang mengejutkan di mana ternyata media massa tidak terlalu berperan dibandingkan dengan pengaruh antarpribadi atau pengaruh dari orang lain. Kecendrungan yang kuat itu ternyata dikarenakan kebanyakan orang memilih kandidat itu berdasarkan pilihan kelompok primernya. Dan keluarga, teman, rekannya dan sebagainya merupakan kelompok primernya. Bernard Barelson menyebut kuatnya konsistensi ini sebagai “homogenitas politik dari kelompok primer”.⁷⁴

a. Sifat-sifat komunikasi kelompok:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan
3. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain.⁷⁵

b. Komunikasi kelompok terdiri dari

1. Kuliah
2. Brifing
3. Indokrinasi
4. Pertemuan
5. *Coaching*
6. Penataran dan lain-lain.⁷⁶

4. Komunikasi Organisasi (*organization communication*).

⁷⁴ *Ibid*, h. 122.

⁷⁵ *Ibid*, h.123.

⁷⁶ *Ibid*, h. 123.

Ada beberapa macam para pakar mendefenisikan organisasi. Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu kordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Organisasi juga mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

Organisasi adalah jalan menuju kekuasaan politik sekaligus prakondisi bagi kebebasan politik, tanpa organisasi tidak akan pernah ada kekuasaan, sedang tanpa kekuasaan tidak ada perwakilan dalam kehidupan politik.⁷⁷ Defenisi lain menyebutkan organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hierarki jenjang dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang ditetapkan.⁷⁸

Dengan demikian komunikasi organisasi dapat didefenisikan secara sederhana yakni komunikasi antarmanusia (*human communication*), sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the flow of messages within a network of interdependent relationships*).⁷⁹

Dari beberapa defenisi di atas dapat digambarkan bahwa di dalam suatu organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas, serta tanggung jawab dalam bidangnya.

5. Komunikasi Publik (*public communication*).

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak (*audience*

⁷⁷ Lenin dikutip dari Ruslow dalam Samuel P. Huntington, *Tertip Politik pada Masyarakat yang Sedang Berubah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), h. 547.

⁷⁸ S. DJuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi...*, h. 132.

⁷⁹ *Ibid*, h. 133.

communication). Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.⁸⁰ Komunikasi publik hampir memiliki ciri yang sama dengan komunikasi interpersonal, karena berlangsung dengan tatap muka, namun tetap memiliki perbedaan di keduanya. Ciri-ciri yang dimiliki komunikasi publik bahwa pesan yang disampaikan itu tidak berlangsung spontanitas, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal, selain itu ciri yang lain dalam penyampaian pesan berlangsung secara kontinu, dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (komunikator) dan siapa pendengarnya, interaksi antara sumber (komunikator) dan penerima (*audience*) sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan karena waktu yang digunakan sangat terbatas, jumlah khalayak relatif besar. Sumber seringkali tidak dapat mengidentifikasi satu persatu pendengarnya.

Ada kalangan tertentu juga menilai bahwa komunikasi publik bisa digolongkan komunikasi massa bila dilihat pesannya yang terbuka. tetapi terdapat beberapa kasus tertentu di mana pesan yang disampaikan itu terbatas pada segmen khalayak tertentu, misalnya pengarahan, diskusi panel, seminar, dan rapat anggota. Karena itu komunikasi publik bisa juga disebut komunikasi kelompok bila dilihat dari segi tempat dan situasi. Tipe komunikasi publik biasanya ditemui dalam berbagai aktivitas seperti kuliah umum, khotbah, rapat akbar, pengarahan, ceramah, dan sebagainya.⁸¹

6. Komunikasi Massa (*mass communication*).

Defenisi komunikasi massa seperti dikatakan oleh bittner sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.⁸² Selain itu Komunikasi massa dapat didefenisikan sebagai proses komunikasi yang

⁸⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,, h. 34.

⁸¹ *Ibid*, h. 35.

⁸² Bittner dalam Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007), h. 45.

berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.⁸³

Ciri-ciri komunikasi massa yaitu pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan. Selain itu proses penyampaiannya lebih formal, terencana, serta pesannya berlangsung satu arah, sifat penyebaran melalui media massa berlangsung cepat, serempak dan luas, namun dari hasil tanggapan baliknya lambat.

Komunikasi massa mengandung pengertian suatu proses dimana media menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience*. Pusat studi komunikasi massa adalah media. Media adalah tempat untuk menyebarkan informasi yang berupa pesan yang bisa mempengaruhi pilihan masyarakat. Pengaruh di sini dimaksudkan adalah efek yang ditimbulkan oleh media itu sendiri yang berdampak pada hasil pemilihan.

Ciri-ciri komunikasi massa yang membedakan dari komunikasi interpersonal, komunikasi intra personal maupun komunikasi kelompok dan organisasi adalah:

1. Komunikasi melembaga
Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang melainkan kumpulan orang yang bekerja sama satu sama lain dalam sebuah lembaga. Dapat dikatakan komunikator kolektif karena merupakan hasil kerjasama dari sejumlah kerabat kerja yang masing-masing mempunyai keahlian dan keterampilan yang tinggi dibidangnya serta tunduk pada aturan lembaga.
2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen
Heterogenitas inilah yang menyulitkan komunikator dalam menyampaikan pesannya melalui media massa, karena setiap individu dari khalayak tersebut menghendaki agar keinginannya dipenuhi.
3. Pesan yang bersifat umum
Pesan yang disampaikan melalui media massa tidak ditujukan untuk seseorang atau suatu kelompok orang tertentu melainkan kepada khalayak yang plural, karenanya pesan tidak boleh bersifat khusus.
4. Komunikasi berlangsung satu arah

⁸³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 37.

Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat satu arah, seperti saat seseorang membaca koran, menonton televisi, mendengarkan radio orang tersebut tidak bisa memberikan respon secara langsung kepada media massa.

5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan
Komunikasi massa memungkinkan informasi atau pesan tersebar secara serempak, saat kita menonton suatu acara televisi tidak hanya kita yang menonton tetapi juga ribuan pemirsa lainnya.
6. Media massa mengandalkan peralatan teknis
Sebagai alat utama untuk menyampaikan pesannya, media massa membutuhkan peralatan teknis seperti pemancar, satelit, internet dan sebagainya
7. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper
Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang adalah orang yang berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa.⁸⁴

B. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)

1. Pengertian Fatwa dan Majelis Ulama Indonesia

Di dalam syariah Islam, ijtihad memiliki kedudukan yang sangat penting. Tujuan syari'ah tidak akan dapat direalisasikan dalam kehidupan individu, keluarga, jama'ah dan umat, kecuali dengan memaksimalkan ijtihad dalam ranah, level dan jenisnya yang beragam.⁸⁵ Salah satu bentuk ijtihad itu adalah fatwa. Secara etimologi, fatwa berasal dari bahasa arab, bentuk kata masdar yang dapat dieja *fitya*, *futwa* dan *fatwa*. Dikatakan dalam bahasa arab *istaftahu fa'aftahu fatwa*. (dia/seorang laki-laki menjelaskan fatwa kepadanya maka diapun memberi fatwa kepadanya). Maka *afta* ialah menjelaskan. Fatwa, *futwa* atau *fitya* berarti penjelasan.⁸⁶

Orang mungkin menyimpulkan bahwa, berdasarkan definisi ini, sebuah fakta memerlukan tiga komponen, yaitu seseorang untuk memberikan pendapat

⁸⁴ Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 14.

⁸⁵ Yusuf al-Qardhawi, *Mujibat Taghasyyur al-fatwa fi ashrina, faktor-faktor pengubah fatwa*, terj. Arif Munandar Riswanto (Jakarta: Pustaka al-Kausar, 2009), h. 15.

⁸⁶ *Ibid*, h. 16.

yang disebut dengan *mufti*, orang yang meminta fatwa yang disebut *mustafti*, dan tindakan memberikan fatwa yang disebut *futya* atau *ifta*.

Ifta merupakan kata yang lebih khusus dibanding kata *ijtihad*. *Ijtihad* merupakan *istimbath* hukum dari nashnya, baik ada pertanyaan berkenaan topik yang diijtihadkan atau tidak ada pertanyaan. Sedangkan *ifta* merupakan *istimbath* hukum yang dilatari adanya suatu kasus yang terjadi atau pertanyaan orang awam dan menuntut seorang fakih untuk mencari tahu hukumnya, dan menjelaskan hukum tersebut kepada penanya itu sebagai suatu fatwa yang dijadikan pegangan dalam pengalaman.⁸⁷

Selanjutnya *mufti*’ adalah mujtahid atau ahli fiqih dalam istilah *ushul fiqih*. Fatwa yang benar disamping menuntut beberapa syarat lain, yaitu: pengetahuan tentang kasus yang dimintakan fatwanya, kajian psikologis sipeminta fatwa, dan situasi dan kondisi sosiologis masyarakat dimana peminta fatwa itu hidup agar dapat diketahui pengaruh fatwa itu, baik positif maupun negatif.⁸⁸ Akan tetapi kenyataan yang terjadi belakangan ini, mufti tidak lagi dibatasi dengan batasan pengertian di atas, mufti juga dipergunakan untuk menunjuk kepada orang yang mengetahui fiqih mazhab-mazhab, dimana kerja mereka sekedar mengutip teks kitab-kitab fiqih.

Dalam alquran, banyak ayat yang mengindikasikan adanya fatwa yang akan muncul ditengah-tengah kehidupan, petunjuk tersebut dapat kita tangkap dari banyaknya ayat memunculkan pertanyaan-pertanyaan yang kemudian dijawab oleh alquran sendiri dengan jawaban yang kongkret, namun kadang-kadang muncul juga pertanyaan yang diajukan oleh alquran agar manusia mampu menjawabnya dengan dasar-dasar pengetahuan agamis dan pengetahuan umum yang bersifat rasional dan dapat dapat dipertanggungjawabkan . beberapa contoh ayat-ayat tersebut antara lain Q.S al-Baqoroh ayat 189.

⁸⁷ Ahmad Qarib, *Ushul fiqh 1* (Jakarta: PT. Simas Multima, 1997), h. 214.

⁸⁸ *Ibid*, h. 214.

﴿ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهِلَّةِ ۖ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ ۚ وَلَيْسَ الْبِرُّ بِأَنْ تَأْتُوا الْبُيُوتَ مِنْ ظُهُورِهَا وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنِ اتَّقَىٰ ۚ وَأَتُوا الْبُيُوتَ مِنْ أَبْوَابِهَا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝٨٩﴾



Artinya: Mereka bertanya kepadamu tentang bulan sabit. Katakanlah: "Bulan sabit itu adalah tanda-tanda waktu bagi manusia dan (bagi ibadat) haji; dan bukanlah kebajikan memasuki rumah-rumah dari belakangnya, akan tetapi kebajikan itu ialah kebajikan orang yang bertakwa. dan masuklah ke rumah-rumah itu dari pintu-pintunya; dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.⁸⁹

Selanjutnya An-Nisa ayat 127 dan 176

وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ ۚ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ فِي يَتِمَّى النِّسَاءِ الَّتِي لَا تُوْتُونَهُنَّ مَا كُتِبَ لَهُنَّ وَتَرْغَبُونَ أَنْ تَنْكِحُوهُنَّ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الْوِلْدَانِ وَأَنْ تَقُومُوا لِلْيَتَمَىٰ بِالْقِسْطِ ۚ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِهِ عَلِيمًا ۝١٧٦﴾

Artinya : Dan mereka minta fatwa kepadamu tentang Para wanita. Katakanlah: "Allah memberi fatwa kepadamu tentang mereka, dan apa yang dibacakan kepadamu dalam Al Quran (juga memfatwakan) tentang Para wanita yatim yang kamu tidak memberikan kepada mereka apa yang ditetapkan untuk mereka, sedang kamu ingin mengawini mereka dan tentang anak-anak yang masih dipandang lemah. dan (Allah menyuruh kamu) supaya kamu mengurus anak-anak yatim secara adil. dan kebajikan apa saja yang kamu kerjakan, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahuinya.⁹⁰

⁸⁹ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 29.

⁹⁰ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 98.

Menurut pedoman dasarnya. Majelis Ulama Indonesia adalah wadah musyawarah para ulama Zu'ama, pemimpin organisasi Islam dan cendekiawan muslim. Usahanya memberi nasihat kepada pemerintah dan masyarakat, bekerja sama dengan organisasi-organisasi Islam dalam memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat, memperkokoh ukhuwah Islamiyah dan memantapkan kerukunan antar umat beragama, serta mengkoordinasikan dan memberikan bimbingan kepada Majelis Ulama Indonesia daerah tingkat II. Koordinasi dan bimbingan di sini tidaklah seperti yang dikerjakan oleh suatu pengurus besar Organisasi Islam kepada cabang-cabangnya, karena Majelis Ulama Indonesia daerah tingkat I dan daerah tingkat II itu berdiri sendiri, dan dalam pembentukan dewan pimpinan tidak ada pengesahan dari Majelis Ulama Indonesia pusat.⁹⁴

2. Kedudukan Fatwa

Fatwa mempunyai kedudukan yang tinggi dalam agama Islam. Fatwa dipandang menjadi salah satu alternatif yang bisa memecahkan kebekuan dalam perkembangan hukum Islam. Hukum Islam yang dalam penetapannya tidak bisa terlepas dari dalil-dalil keagamaan menghadapi persoalan serius ketika berhadapan dengan permasalahan yang semakin berkembang yang tidak tercover dalam nash-nash keagamaan. Nash-nash keagamaan telah berhenti secara kuantitasnya, akan tetapi secara diametral permasalahan dan kasus semakin berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman.

Dalam kondisi inilah fatwa menjadi salah satu alternatif jalan keluar mengurai permasalahan dan peristiwa yang muncul tersebut. Namun, kata fatwa seringkali disalah pahami. Ada yang menyangka bahwa fatwa adalah sejenis dogma yang memiliki daya ikat yang kuat seperti ini sangat keliru, sebab fatwa pada hakikatnya tidak lebih dari sebuah petuah, nasihat atau jawaban dari pertanyaan hukum dari individu ulama atau institusi keulamaan yang boleh diikuti

⁹⁴ Tim Penyunting, *15 Tahun Majelis Ulama Indonesia* (Jakarta: sekretariat Majelis Ulama Indonesia Masjid Istiqlal, 1990), h. 38.

oleh siapapun atau justru diabaikan sama sekali. Fatwa seorang mufti tidak mengikat siapapun, karena betapapun kesungguhannya bersifat ibjektif, ia tidak dapat lepas dari unsur objektivitas tanpa kecenderungan pribadi dan kemampuan daya nalarnya. Singkatnya fatwa bersifat *ghairi mulzim* (tidak mengikat).⁹⁵

Berbicara tentang fatwa tidak akan terlepas dari bahasan mengenai masalah ijtihad dengan segala perangkatnya. Sebab fatwa itu dikeluarkan kepada masyarakat umum setelah memenuhi syarat-syarat tertentu. Fatwa merupakan kumpulan nasihat atau wejangan berharga untuk kemaslahatan umat, sebagaimana yang telah termakjub dalam penghujung ayat terakhir dari Q.S al-Ashr ayat 1-3 yang artinya “kita hendaknya saling berwasiat dalam hal kebenaran dan saling berwasiat dalam kesabaran.”. Sebagaimana firman Allah berikut ini:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya:1. Demi masa.

2. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian,
3. kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.⁹⁶

Ayat tersebut memberikan pengertian yang amat luas, betapa pentingnya fatwa dalam kehidupan masyarakat muslim sejati. Korelasi antara fatwa dengan ijtihad memberikan gambaran konkret bahwa persyaratan menjadi seorang mufhi juga tidak jauh berbeda dengan persyaratan menjadi seorang mujaahid. Seorang mufhi harus memiliki pengetahuan yang luas dan mempunyai pola pikir yang integral dalam memahami dan mengupas ajaran-ajaran Islam secara mendetail. Syariat Islam tidak mengalami perkembangan yang pesat manakala tidak ditopang oleh fatwa-fatwa yang mantap dan valid.

⁹⁵ M. Quraishy Shihab, *fatwa-fatwa seputar ibadah mahdah* (Jakarta: Mizan, 1999), h. IX.

⁹⁶ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 604.

Fatwa memiliki kedudukan penting di dalam agama Islam ia tidak boleh diremehkan dan dibebankan kepada orang yang tidak memiliki kafabilitas. Baik dari segi fiqih, pemikiran, agama dan akhlak. Para ulama salaf tidak pernah meminta fatwa kepada orang yang tidak kafabel. Karena bagi mereka hal tersebut adalah sebuah kemungkaran yang besar. Kewajiban orang yang tidak memiliki kemampuan berijtihad ketika menghadapi masalah hukum ialah bertanya kepada orang-orang yang mengetahui (meminta fatwa) atau orang yang memiliki kemampuan untuk mengetahui. Allah SWT berfirman Q.S an-Nahl

مَنْ أَهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ ضَلَّٰ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا ۚ وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۚ
وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ حَتَّىٰ نَبْعَثَ رَسُولًا ﴿٩٧﴾

Artinya: Barangsiapa yang berbuat sesuai dengan hidayah (Allah), Maka Sesungguhnya Dia berbuat itu untuk (keselamatan) dirinya sendiri; dan Barangsiapa yang sesat Maka Sesungguhnya Dia tersesat bagi (kerugian) dirinya sendiri. dan seorang yang berdosa tidak dapat memikul dosa orang lain, dan Kami tidak akan meng'azab sebelum Kami mengutus seorang rasul.⁹⁷

Dari ayat di atas secara implisit dapat dipahami bahwa otoritas fatwa berada di tangan individual ulama. Ulama yang dimaksud dituntut berkualifikasi sebagai mujtahid . eksistensi kualifikasi ini sangat signifikan, mengingat ijtihad yang menjadi penopang fatwa, pada hakikatnya ialah merumuskan atau menyimpulkan “hukum Allah” yang erkaitan dengan aktifitas para mukallaf melalui penafsiran yang sistematis terhadap nas-nas alquran maupun hadis dengan metode dan kaidah-kaidah tertentu, kualifikasi tersebut sekaligus menetralsir kelitu yang tetap terpeluang untuk terjadi meskipun kecil.

3. Sifat-sifat Fatwa Majelis Ulama Indonesia

Mengkaji fatwa Majelis Ulama Indonesia dalam perspektif sifatnya menjadi bagian penting dalam penelitian ini. Disini akan mencoba melihat

⁹⁷ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 281.

sejauhmana sifat dan karakter fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia dalam merespon berbagai persoalan. Diantara ciri fatwa ulama, termasuk di dalamnya fatwa yang dijelaskan Majelis Ulama Indonesia adalah bersifat kasuistik karena merupakan respon atau jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh peminta fatwa. Berbeda dengan keputusan pengadilan agama, fatwa tidak mempunyai daya ikat dalam arti bahwa peminta fatwa tidak harus mengikuti fatwa yang diberikan kepadanya.⁹⁸

Demikian pula masyarakat luas juga tidak harus terikat dengan fatwa itu, karena fatwa seorang ulama disuatu tempat bisa saja berbeda dengan fatwa ulama lain ditempat yang sama. Fatwa biasanya cenderung bersifat dinamis karena merupakan respons terhadap perkembangan baru yang sedang dihadapi masyarakat peminta fatwa, isi fatwa itu sendiri belum tentu dinamis. Meskipun fatwa itu dikeluarkan satu persatu secara kasuistik, sejumlah fatwa dari berbagai ulama besar juga akhirnya dibukukan, tetapi sistematikanya tetap berbeda dengan sistematikanya kitab fiqh.

Bila dilihat di dalam dasar umum dan sifat fatwa Majelis Ulama Indonesia jelas sekali disebutkan dalam tiga hal yaitu a) penetapan fatwa didasarkan pada alquran dan sunnah, b) aktivitas penetapan fatwa dilakukan secara kolektif oleh suatu lembaga yang dinamakan komisi fatwa dan c) penetapan fatwa bersifat responsif, proaktif dan *antisifatif*.⁹⁹

⁹⁸ Bila dilihat dari segi makna dan pengertian fatwa sebagaimana dicatat Ma'ruf Amin (ketua Fatwa Majelis Ulama Indonesia) setidaknya ada dua yang dapat ditarik maknanya, *pertama*, bahwa fatwa bersifat responsif sebagai jawaban hukum (*legal opinion*) yang dikeluarkan setelah adanya permintaan fatwa (*based on demand*). *Kedua*, sebagai kepastian bahwa fatwa dari segi kekuatannya tidak bersifat mengikat, baik perorangan lembaga, maupun masyarakat luas tidak harus mengikuti isi atau hukum yang diberikan kepadanya. Tidak demikian halnya dengan keputusan pengadilan (*qadha*) yang bersifat mengikat. Namun bila sebuah fatwa sudah diadopsi oleh hakim maka ia menjadi kekuatan yang mengikat. Amin, *Fatwa*, h. 20-22.

⁹⁹ Ma'ruf Amin, dkk, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975* (Jakarta: Hijrah Saputra, 2011), h. 5.

4. Latar Belakang Munculnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Pengharaman Merokok

Adapun latar belakang dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia mengenai haramnya rokok dengan pertimbangan sebagai berikut : Rokok terbuat dari bahan dasar tembakau yang diperoleh dari tanaman *Nicotiana Tabacum* L tembakau dipergunakan sebagai bahan suatu sigaret dan cerutu, baik penggunaannya dengan pipa maupun tanpa pipa, ketika anda sedang membakar sepuntung rokok, hakikatnya ibarat serobong asap sebuah pabrik kimia yang menghasilkan ribuan komponen beracun akibat berbagai proses yang terjadi di dalamnya.¹⁰⁰ Benda beracun yang memberi efek santai dan sugesti merasa lebih jantan. Namun dibalik itu terkandung bahaya yang sangat besar bagi orang yang merokok maupun orang yang disekitar perokok yang bukan perokok, yaitu :

1. Asap rokok mengandung kurang lebih 4000 bahan kimia yang 200 diantaranya beracun dan 43 jenis lainnya dapat menyebabkan kanker tubuh. Racun utama pada rokok adalah tar, nikotin dan karbon monoksida adalah substansi hidrokarbon yang bersifat lengket dan menempel pada paru-paru. Nikotin adalah zat adiktif yang mempengaruhi syaraf dan peredaran darah. Zat ini bersifat karsinogen dan mampu memicu kanker paru-paru yang mematikan. Karbon monoksida adalah zat yang mengikat hemoglobin dalam darah, membuat darah tidak mampu mengikat oksigen. Rokok juga meningkatkan resiko kefatalan bagi Penderita pneumonia dan gagal jantung, serta tekanan darah tinggi. Batas aman menggunakan rokok dengan kadar nikotin rendah tidak akan membantu, karena untuk mengikuti kebutuhan akan zat adiktif itu, perokok cenderung menyedot asap rokok secara lebih keras, lebih dalam, dan lebih lama.
2. Asap rokok yang baru mati di asbak mengandung tiga kali lipat bahan pemicu kanker di udara dan 50 kali mengandung bahan pengiritasi mata dan pernapasan. Semakin pendek rokok semakin tinggi kadar racun yang siap melayang ke udara. Suatu tempat yang dipenuhi polusi asap rokok adalah tempat yang lebih berbahaya daripada polusi di jalan raya yang macet.
3. Seseorang yang mencoba merokok biasanya akan ketagihan karena rokok bersifat candu yang sulit dilepaskan dalam kondisi apapun. Seorang perokok berat akan memilih merokok daripada makan jika uang yang dimilikinya terbatas.

¹⁰⁰ Abu Umar Basyid, *Mengapa Ragu Tinggalkan Roko* (Jakarta: Pustaka at-Tazkia, 2012), h. 5.

4. Harga rokok yang mahal akan sangat memberatkan orang yang tergolong miskin, sehingga dana kesejahteraan dan kesehatan keluarganya sering dialihkan untuk membeli rokok. Sebagian perokok biasanya akan mengajak orang lain yang belum merokok untuk merokok agar merasakan penderitaan yang sama dengannya, yaitu terjebak dalam ketagihan asap rokok yang jahat. Sebagian perokok juga ada yang secara sengaja merokok di tempat umum agar asap rokok yang dihembuskan dapat terhirup orang lain, sehingga orang lain akan terkena penyakit kanker.
5. Kegiatan yang merusak tubuh adalah perbuatan dosa, sehingga rokok dapat dikategorikan sebagai benda atau barang haram yang harus dihindari dan dijauhi sejauh mungkin. Ulama atau ahli agama yang merokok mungkin akan memiliki persepsi yang berbeda dalam hal ini.¹⁰¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa merokok merupakan kegiatan yang dilakukan manusia dengan mengorbankan uang, kesehatan, kehidupan sosial, pahala, persepsi positif, dan lain sebagainya. Itulah mengapa fatwa haram ditempat-tempat umum dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Fatwa ini dikeluarkan dalam sidang tahunan Majelis Ulama Indonesia di Padang, Sumatra Barat dan bertujuan mengurangi jumlah perokok di kalangan anak-anak dan perempuan. Wakil Ketua Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Amin Suma mengatakan Majelis Ulama Indonesia memutuskan bahwa fatwa ini tidak ditujukan untuk seluruh perokok anak-anak secara ekonomi belum mampu mencari uang, uangnya dari orang tua kadang-kadang minta sana sini. Merokok bagi perempuan hamil mengganggu janin. Jadi ini dilihat dari dunia kesehatan, ekonomi, tidak semata-mata dari sisi agama saja.

1. Isi Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Pengharaman Merokok

Adapun isi dari keputusan fatwa Majelis Ulama Indonesia mengenai pengharaman rokok tersebut adalah :

KEPUTUSAN

IJTIMA' ULAMA KOMISI FATWA SE-INDONESIA III

¹⁰¹ *Ibid*, h. 6.

Bismillahirrahmanirrahim

Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia III, setelah :

Menimbang :

- a. Bahwa banyak pertanyaan dari masyarakat terkait dengan masalah strategis kebangsaan, masalah keagamaan aktual-kontemporer, dan masalah yang terkait dengan peraturan perundang-undangan;
- b. Bahwa pertanyaan pertanyaan tersebut mendesak untuk segera dijawab sebagai panduan dan pedoman bagi penanya dan masyarakat pada umumnya.
- c. Bahwa Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia se-Indonesia III memiliki kewenangan untuk menjawab dan memutuskan masalah-masalah tersebut,
- d. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud di atas, perlu ditetapkan keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III.

Memperhatikan :

- a. Pidato Wakil Presiden RI, H.M. Jusuf Kalla pada pembukaan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III.
- b. Pidato Iftitah Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia, DR.KH. M.A. Sahal Mahfudh, pada pembukaan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III.
- c. Pidato Pengantar Koordinator Tim Materi Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III, KH. Ma'ruf Amin.
- d. Pendapat peserta komisi A, B, dan C Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III.
- e. Pendapat Peserta Pleno Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III Memutuskan.

Ketentuan Hukum:

1. Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III sepakat adanya perbedaan pandangan mengenai hukum merokok, yaitu antara makruh dan haram. (*khilaf mâ baina al-makruh wa al-haram*).
2. Peserta Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III sepakat bahwa merokok hukumnya haram jika dilakukan :
 - a. Ditempat umum;
 - b. Oleh anak-anak; dan
 - c. Oleh wanita hamil.

Rekomendasi

Sehubungan dengan adanya banyak mudarat yang ditimbulkan dari aktifitas merokok, maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. DPR diminta segera membuat undang-undang larangan merokok ditempat umum bagi anak-anak, dan bagi wanita hamil.
2. Pemerintah, baik pusat maupun daerah diminta membuat regulasi tentang larangan merokok ditempat umum, bagi anak-anak dan, bagi wanita hamil.
3. Pemerintah, baik pusat maupun daerah diminta menindak pelaku pelanggaran terhadap aturan larangan merokok di tempat umum, bagianak-anak dan bagi wanita hamil.
4. Pemerintah baik pusat maupun daerah diminta melarang iklan rokok, baik langsung maupun tidak langsung.
5. Para ilmuwan diminta untuk melakukan penelitian tentang manfaat tembakau selain untuk rokok.¹⁰²

Dasar Penetapan

1. Firman Allah SWT Q.S. al A'raf (7): 157

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۚ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنْزِلَ مَعَهُ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Umami yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (alquran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung.¹⁰³

2. Firman Allah SWT Q.S. Al Isra (17): 26-27

¹⁰² Ma'rif Amin, *Himpunan Fatwa MUI*, h. 896.

¹⁰³ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 284

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya :26) dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.¹⁰⁴

3. Penjelasan delegasi Ulama Mesir, Yordania, Yaman, dan Syria bahwahukum merokok di negara-negara tersebut adalah haram.
4. Penjelasan dari Komnas Perlindungan Anak, GAPPRI, KomnasPengendalian Tembakau, Departemen Kesehatan terkait masalah rokok.
5. Hasil rapat koordinasi Majelis Ulama Indonesia tentang masalah merokok yang diselenggarakan pada 26 september 2008 di Jakarta, yang menyepakatibahwa merokok menimbulkan madarat disamping ada manfaatnya.¹⁰⁵

5. Rokok dan Akibatnya

1. Sejarah Rokok

Rokok adalah silinder dari kertas berukuran panjang antara 70 hingga 120 mm (bervariasi tergantung negara) dengan diameter sekitar 10 mm yang berisi daun-daun tembakau yang telah dicacah.¹⁰⁶ Sejarah awal kemunculan rokok pertama kali ditemukan oleh suku bangsa Indian di Amerika belahan barat, untuk keperluan ritual seperti memuja dewa atau roh yang berlangsung kira-kira seratus tahun sebelum masehi. Pada abad ke-15 kebiasaan merokok menjalar dalam kehidupan pribadi bagian terbesar kelompok tersebut.

¹⁰⁴ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 284.

¹⁰⁵ Majelis Ulama' Indonesia, *Ijma' Ulama (Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III Tahun 2009), cet. I* (Jakarta: 2009), h. 895-896.

¹⁰⁶ Muhammad Jaya, *Pembunuh Berbahaya itu Bernama Rokok* (Yogyakarta: Riz'ma, 2009), h. 14.

Orang-orang Eropa untuk pertama kali belajar merokok ketika dua orang utusan yang dikirimkan ke pantai Cuba oleh Christopher Colombus (pelaut Spanyol) saat melakukan pendaratan di benua Amerika pada 2 November 1492, bertemu lelaki yang membawa kayu bakar dan bungkus-bungkus yang berisi daun obat-obatan yang telah dikeringkan. Orang-orang itu mengisap gulungan daun kering itu sambil menjelaskan bahwa daun kering yang mereka hisap tersebut menciptakan kenikmatan, rasa nyaman dan mengurangi kelelahan. Gulungan daun kering itu mereka sebut *tobacco* dan orang Indian Karibia menyebutnya Tobago. Orang Indian pada waktu itu menikmati tembakau dengan berbagai cara, ada yang dikunyah, ada yang di cium (tembakau cium ini dikenal dengan nama (*niopo* atau *iopo*), dan ada pula dengan dijilat, biasa dipakai saat upacara ritual atau pengobatan.

Pada abad ke-16, sejumlah pelaut Spanyol dan Portugis bersama-sama menanam tembakau di Hindia Barat dan Brasil. Prancis mulai mengenal tembakau lewat Andre Thevet dan Jean Nicot pada tahun 1560. Tepatnya tahun 1573, akhirnya Nicot menerbitkan buku yang pada halaman 478 dijumpai istilah *Nicotiane* untuk menyebut jenis tanaman obat (tembakau), dari sinilah istilah *Nicotin* kemudian dipakai untuk menyebut tanaman tembakau obat itu. Sedangkan tembakau mulai diperkenalkan di Inggris oleh Sir John Hawkins, pahlawan bahari imperium Inggris, sepulangnya dalam lawatan kedua ke Amerika Serikat, pada 20 September 1565, selanjutnya pada tahun 1573 kaum bangsawan Inggris sudah mulai mengenal konsumsi tembakau.¹⁰⁷

Abad 17 Masehi (100 tahun sebelum masehi), para pedagang Spanyol masuk ke Turki, dan pada saat itu, merokok mulai masuk negara-negara Islam. Jadi usia rokok belumlah terlalu lama, sekitar 3 abad lebih. Apabila dilihat dari bahasa Portugis istilah nama *tabaco* atau *tumbaco* menjadi tembakau atau *tembako/bako* dalam bahasa Jawa, maka dapat diyakini tembakau untuk

¹⁰⁷ Suryo Sukendro, *Filosofi Rokok (Sehat, tanpa Berhenti Merokok)* (Yogyakarta: Pinus, 2007), h. 34-35.

pertamakalinya masuk ke Indonesia di bawa oleh orang-orang Portugis sekitar tahun 1600, sedangkan bila dibandingkan dalam bahasa belanda tembakau adalah tabak , agak jauh dengan kata tembakau atau bako. Pada abad ke-17 sampai dengan sekitar abad ke-18, merokok masih menggunakan pipa. Kemudian bergeser menjadi cerutu sekitar paruh pertama abad ke-19, selanjutnya pada akhir abad ke-19 rokok berubah menjadi cigarette seperti yang kita lihat sekarang ini.¹⁰⁸

Berubahnya bentuk rokok tidak lepas dari arus modernisasi yang bertujuan untuk memaksimalkan cita rasa kenikmatan konsumsi rokok. Kreativitas perokok Spanyol dalam mengkonsumsi tembakau dengan kertas sigaret akhirnya diwujudkan dengan berdirinya pabrik rokok sigaret pertama kalinya sejak tahun 1765 di Meksiko. Pada tahun 1860, rokok diproduksi dengan mesin yang disebut peace cutter dan pada tahun 1880 mesin ini disempurnakan oleh James Albert Bensack yang berasal dari Virginia, Amerika. Untuk pertama kalinya bangsa Eropa mengenal rokok pada tahun 1559 ketika pelaut Perancis (nikot) memasukkan rokok ke Perancis. Nicot bersama dengan beberapa orang sarjana menerbitkan kitab logat bahasa Perancis (latin), akhirnya tembakau (tanaman obat) disebut dengan istilah *nicotiane* yang diambil dari namanya.

Pada awal kemunculan rokok di Eropa, mayoritas perokok adalah orang-orang bodoh dan perempuan yang lemah seks karena ada kepercayaan bahwa rokok ada hubungannya dengan gairah seks. Kisaran paruh abad ke-19, wanita sudah mulai mengkonsumsi rokok. Merokok bagi kaum wanita hanyalah bentuk atau simbol perlawanan kepada kaum pria, wanita yang pertama melakukan perlawanan melalui rokok adalah George Sand dan Lola Montez, salah seorang tokoh gerakan emansipasi wanita di Jerman pada waktu itu. Semenjak itulah wanita mulai merokok hingga saat ini.¹⁰⁹ Adapun dari jenis tembakau dunia, diperkirakan dunia mengenal 200 spesies tembakau. Dari 200 spesies tersebut,

¹⁰⁸ Muhammad Yunus BS, *Kitab Rokok (Nikmat dan Madarat yang Menghalalkan atau Mengharamkan)* (Yogyakarta: Kutub, 2009), h. 15.

¹⁰⁹ Muhammad Yunus, *Kitab Rokok Nikmat dan Madarat yang Menghalalkan dan Mengharamkan* (Yogyakarta: CV Kutub Wacana, 2009), h. 16-17.

tiga varietas utama : *Nicotiana Tabacum* (Virginia), *Nicotiana Macropylla* (Maryland), dan *Nicotiana Rustica* (Boeren), yang semuanya berasal dari Amerika.¹¹⁰

Di Indonesia pada umumnya, rokok dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan atas :

- I. Rokok berdasarkan bahan pembungkus.
 - a. Klobot : rokok yang bahan pembungkusnya berupa daun jagung.
 - b. Kawung : rokok yang bahan pembungkusnya berasal dari daun aren.
 - c. Sigaret: rokok yang bahan pembungkusnya dari kertas.
 - d. Cerutu : rokok yang bahan pembungkusnya berupa daun tembakau.
- II. Rokok berdasarkan bahan baku atau isi
 - a. Rokok putih : rokok yang bahan baku atau isinya hanya daun tembakau dan saus untuk mendapatkan efek rasa dan aroma tertentu.
 - b. Rokok kretek : rokok yang bahan bakunya berupa daun tembakau dan cengkeh yang diberi saus.
 - c. Rokok klembak : rokok yang bahan bakunya daun tembakau, cengkeh dan kemenyan yang diberi saus.
- III. Rokok berdasarkan proses pembuatannya
 - a. Sigaret Kretek Tangan (SKT) : rokok yang proses pembuatannya dengan cara digiling atau dilinting dengan menggunakan tangan atau alat bantu sederhana, lingkaran diameter pangkal dan ujung berbeda besarnya.
 - b. Sigaret Kretek Mesin (SKM) : rokok yang proses pembuatannya menggunakan mesin, lingkaran diameter pangkal dan ujung sama besar.
- IV. Rokok berdasarkan penggunaan filter
 - a. Rokok Filter (RF) : rokok yang pada bagian pangkalnya terdapat gabus.

¹¹⁰*Ibid*, h. 18.

- b. Rokok Non Filter (RNF) : rokok yang pada bagian pangkalnya tidak terdapat gabus Merokok adalah membakar tembakau yang kemudian diisap asapnya, baik menggunakan rokok maupun menggunakan pipa.¹¹¹

Merokok bukanlah satu-satunya cara memanfaatkan tembakau untuk “kesenangan” manusia, karena ada berbagai bentuk dan olahan daun tembakau yang digunakan, diantaranya:¹¹²

1. Tembakau kunyah. Mengisap-isap daun tembakau yang telah dirajang dan kering (diemut), di Indonesia disebut tembakau sugi (susur atau suntil).
2. Tembakau minumam. Tembakau dibuat menjadi cairan, yang dikonsumsi sebagai minuman seperti daun tembakau yang segar dibuat menjadi jus, tetapi bisa juga hanya dihirup-hirup baunya melalui hidung.
3. Tembakau jilatan. Untuk membuat bahan jilatan, biasanya tepung ubi dicampur dengan jus tembakau dan ditambah bahan lainnya, setelah itu diambil sedikit dan digoreskan di gigi, gusi atau lidah.
4. Tembakau sebagai supositoria. Tembakau dimasukkan melalui anus, semula untuk mengobati kecacingan dan sembelit, tetapi lama-kelamaan menjadi kebiasaan.
5. Tembakau hirup. Daun tembakau kering digiling menjadi tepung dan diayak sehingga diperoleh hasil yang paling halus, lalu di hirup.
6. Menghirup asap rokok tembakau, dengan cara asap rokok tembakau yang dibakar di “dapur” diisap lalu dihisap lalu dihembuskan kemuka atau kepala para penggemarnya.
7. Tembakau digunakan melalui kulit atau jaringan tubuh lain, antara lain dengan cara meletakkan tembakau pada kulit dengan plester atau meneteskan cairan atau asap rokok daun tembakau ke mata untuk “menikmati rasa tembakau”.

Menurut Mutschler, bahwa perokok dibagi 4 macam berdasarkan intensitasnya.¹¹³ yaitu:

1. Perokok ringan, adalah perokok yang menghisap kurang dari 10 batang perhari.
2. Perokok sedang, adalah perokok yang menghisap 10-20 batang perhari.
3. Perokok berat, adalah perokok yang menghisap 20-40 batang perhari.

¹¹¹ Mangku Sitepoe, *Kekhususan Rokok Indonesia* (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), h. 20.

¹¹² *Ibid*, h. 10-12.

¹¹³ Muchtar A. F, *Siapa Bilang Merokok Makruh?* (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2009), h. 45-46.

4. Perokok amat berat, adalah perokok yang menghisap lebih dari 40 batang perhari. Sejak awal tahun 2000, hampir seluruh dunia telah mengenal istilah rokok shisha, rokok gaul gaya arab yang bercitarasa buah? Kata shisha berasal dari bahasa daerah kawasan Persia (sekarang Iran), dan India dikenal sebagai bookah, suatu alat untuk menghisap rokok yang bentuknya seperti gelas piala. Seperti halnya cerutu yang harganya mahal, di Indonesia, kepopuleran alat merokok ini bukan sebagai tradisi masyarakat, tetapi masih terbatas sebagai gaya hidup anak muda metropolis di kota-kota besar yang bernuansa kosmopolitan seperti, Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan. Keberadaan penjual shishapun masih terbatas di tempatnya nongkrong anak-anak muda seperti kafe, restoran Masakan Timur Tengah, dan Gerai makanan di Mall.

2. Tipe Perokok

Ada baiknya juga kita mengenal tipe-tipe perokok sebagaimana kebiasaan yang sangat melekat dalam keseharian banyak orang, muncul pula tingkat kecanduan yang berbeda-beda dan bentuk implementasi yang juga tidak sama antara perokok satu dengan yang lain. Mereka yang dikatakan perokok sangat berat adalah jika mengkonsumsi rokok lebih dari 31 batang perhari dan selang merokoknya lima menit setelah bangun pagi. Perokok berat merokok sekitar 21-30 batang sehari dengan selang waktu sejak bangun pagi berkisar antara 6-30 menit. Perokok sedang menghabiskan rokok 11-21 batang dengan selang waktu 31-60 menit setelah bangun pagi. Perokok ringan menghabiskan rokok sekitar 10 batang dengan selang waktu 60 menit dari bangun pagi.¹¹⁴

Menurut Silvan Tomkins dalam buku Abu Umar,¹¹⁵ terdapat empat kategori perilaku merokok berdasarkan *Management of Affect Theory* :

- a. Perokok yang dipengaruhi oleh perasaan positif. Dengan merokok seseorang merasakan bertambahnya rasa positif.
- b. Perilaku perokok yang dipengaruhi perasaan negatif. Banyak orang menggunakan rokok untuk mengurangi perasaan negatif. Misalnya saat seseorang marah, cemas dan gelisah, maka rokok dianggap sebagai

¹¹⁴ Abu Umar Basyir, *Mengapa Ragu Tinggalkan Rokok?* (Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2005), h. 13.

¹¹⁵ *Ibid*, h. 13-14.

penenag. Mereka menggunakan rokok untuk mengurangi perasaan tidak enak yang dirasakan.

- c. Perilaku merokok yang adiktif (kecanduan), mereka yang sudah kecanduan akan menambah dosis rokok yang digunakan setiap saat setelah efek dari rokok yang dihisapnya berkurang. Mereka umumnya pergi ke luar rumah membeli rokok walau tengah malam sekalipun, karena khawatir jika rokok tidak tersedia setiap saat ia menginginkannya.
- d. Perilaku merokok yang sudah menjadi kebiasaan, mereka menggunakan rokok sama sekali bukan karena untuk mengendalikan perasaan. Tetapi kerana benar-benar telah menjadi kebiasaan rutin. Dapat dikatakan bagi yang bertipe ini perokok adalah perilaku yang bersifat otomatis, seringkali tanpa dipikirkan dan tanpa disadari. Ia menghidupkan api rokoknya saat rokok sebelumnya telah benar-benar habis.

3. Dampak Merokok dalam Tinjauan Berbagai Aspek Kehidupan

Satu-satunya negara di dunia yang menghasilkan rokok dengan bahan baku tembakau dan cegkeh hanyalah di Indonesia, dengan sebutan rokok kretek. Kekhususan tembakau yang tumbuh dan berkembang di Indonesia serta produk yang berasal dari tembakau berupa rokok kretek merupakan suatu kebanggaan bagi bangsa Indonesia yang tidak dimiliki oleh bangsa lain di dunia. Meski demikian, ternyata produk yang berasal dari tembakau seperti rokok bukan hanya dapat dimanfaatkan/dinikmati tetapi dapat juga membawa berbagai macam mayarat.

a. Dampak terhadap Aspek Kesehatan

Merokok bukanlah sebagai penyebab suatu penyakit, tetapi dapat memicu suatu jenis penyakit sehingga boleh dikatakan merokok tidak menyebabkan kematian, tetapi dapat mendorong munculnya jenis penyakit yang dapat mengakibatkan kematian. Berbagai jenis penyakit yang dapat dipicu karena merokok dan dapat menyebabkan kematian (*cause of death*) suatu negara adalah

- 1) Penyakit kardiovaskuler. Menurut Carlos and Dizon (1987) dari Filiphina, urutan pemicu penyakit kardiovaskuler adalah akibat dari merokok, kadar

lipid darah tinggi, hipertensi, penyakit DM, kegemukan dan lain-lain. Menurut data dari Rumah Sakit Jantung Harapan Kita, sejak mulai dilaksanakan bedah pintas koroner sampai tahun 1993, penderita bedah pintas koroner tercatat 90% pria, berusia 50 tahun ke atas, 65% perokok.¹¹⁶

- 2) Penyakit neoplasma (terutama: kanker). Menurut PP No.19 tahun 2003 menyatakan bahwa tar merupakan karsogenik yang potensial apabila mengandung N nitrosamine, yakni akan mendorong peningkatan penyakit kanker paru-paru.¹¹⁷
- 3) Penyakit saluran pernapasan. Perokok wanita memberikan efek lebih tinggi terhadap jenis penyakit ini dari perokok pria.¹¹⁸

b. Dampak terhadap Aspek Ekonomi

Bagi pemerintah, industri rokok kretek merupakan sumber pendapatan yang sangat penting artinya. Adapun peran aktif rokok (kretek) dalam perekonomian dan pembangunan diantaranya :

a. Lapangan pekerjaan yang luas

Sejarah mencatat pada 1938 saja perusahaan rokok cap BalTiga milik Nitisemito mampu menyerap 10.000 pekerja dan memproduksi 10 juta batang rokok per hari. Rokok kretek yang dihasilkan oleh pabrik rokok dapat dikerjakan dengan mesin atau dengan tangan. Rokok kretek tangan banyak menyerap tenaga kerja sehingga disebut sebagai usaha padat karya. Untuk mempertahankan tenaga kerja pemerintah memberikan cukai 20kali lebih tinggi pada rokok mesin dibandingkan pada rokok tangan. Pada 1992 dijumpai 260 buah pabrik rokok

¹¹⁶ Mangku Sitepoe, *Kekhususan Rokok Indonesia* (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), h. 35.

¹¹⁷ *Ibid*, h. 36.

¹¹⁸ *Ibid*, h. 36..

kretek dan 16 buah pabrik rokok putih serta 144.000 juta batang rokok kretek dan rokok putih.

Pada 1994, diproduksi 158.240 juta batang rokok kretek dan 36.388 juta batang rokok putih serta hampir 97% rokok kretek dikonsumsi di dalam negeri dan sisanya diekspor. Pada tahun 1996, 2.447 juta batang rokok kretek diekspor dan sejumlah 95.970 juta batang dikonsumsi di dalam negeri serta telah menyerap mencapai 10 juta tenaga kerja.¹¹⁹ Belum lagi instansi dan perusahaan (di luar perusahaan rokok) yang berhubungan dengan kinerja mereka, seperti jasa angkutan dan distribusi, masih pula ditambah dengan orang yang menggantungkan hidup dari distribusi rokok langsung ke konsumen, seperti tokok, warung-warung, hingga para pengecer rokok asongan.

b. Cukai tembakau sebagai pemasukan kas negara

Cukai tembakau dikenal di Indonesia sejak 1993 dan merupakan tiang penyangga kas pemerintah Hindia-Belanda pada waktu itu. Departemen Keuangan RI, pada 2003 tercatat 192,33 miliar batang dengan penerimaan cukai Rp. 26,30 triliun. Pada 2004, volume produksi rokok naik menjadi 203,87 miliar batang dengan penerimaan cukai Rp. 29,17 triliun. Adapun penerimaan cukai rokok tahun 2007 tercatat 2009 naik 7%. Berdasarkan data Departemen Perindustrian, jumlah produksi rokok dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan, dari 223 miliar batang pada 2004, menjadi 240 miliar batang pada 2008. Peningkatan rata-rata 4,78 persen per tahun. Sementara itu, penerimaan cukai untuk tahun yang sama meningkat dari Rp 29,1 triliun menjadi Rp 49 triliun, atau meningkat rata-rata 13,64 persen per tahun. Penerimaan cukai menjadi sumber potensial anggaran

¹¹⁹*Ibid.* h. 60.

pendapatan dan belanja negara. Peran industri rokok (cukai dan PPN) terhadap APBN pada 2008 sebesar Rp 57,7 triliun (6,45 persen). Tahun 2009 angka itu ditargetkan meningkat 7,82 persen atau senilai Rp 66,4 triliun.

Menteri Perindustrian (periode 2004-2009) Fahmi Idris bahkan pernah mengungkapkan ironi industri rokok. Menurut dia, nilai setoran ke kas negara dari sektor ini jauh lebih besar dibandingkan dengan yang disetor PT Freeport Indonesia, perusahaan multinasional asal Amerika Serikat. "Dia [Freeport] sudah merusak lingkungan dengan membuat 'kubangan raksasa' dimana-mana. Mereka menambang tembaga bahkan tidak jarang mendapatkan emas tetapi setoran buat negara tidak seberapa," katanya dalam satu kesempatan. Pada 2010, kontribusi industri rokok terhadap pemasukan negara diproyeksikan mencapai Rp. 66 triliun, jauh lebih besar dibandingkan dengan setoran Freeport yang cuma Rp 17 triliun. Bisa dibayangkan berapa banyak bidang yang bisa didanai pemerintah dari pemasukan cukai tembakau.¹²⁰

c. Devisa ekspor

Kesemuanya itu adalah angka yang cukup signifikan bagi biaya pembangunan nasional. Dalam Roadmap sektor IHT (Industri Hasil Tembakau), Depertin menetapkan target yakni jangka menengah (2004–2009) dan target jangka panjang (2010–2025). Dalam sasaran jangka menengah dan panjang, pemerintah berupaya mendorong peningkatan produksi rokok menjadi 240 miliar batang pada 2009, meningkatkan nilai ekspor tembakau sebesar 15% per tahun dari US\$ 116 juta pada 2006 menjadi US\$ 170 juta pada 2009.

d. Tingkat kesejahteraan petani

Pengusahaan perkebunan tembakau juga memberikan kemungkinan cukup tinggi bagi peningkatan kehidupan ekonomi dan kesejahteraan para petani,

¹²⁰*Ibid.* h. 60

sekalipun semuanya itu masih tergantung pada perkembangan harga yang diterima petani dari konsumennya, baik industri rokok maupun para eksportir tembakau. Tetapi dampak negatifnya jauh lebih berbahaya. Merokok memerosotkan daya kerja penduduk dan menyebabkan kerugian di sektor ekonomi, yang berakibat pada menurunnya produksi nasional. Hal itu disebabkan oleh :

1. Lebih banyak kematian sebelum umur pensiun pada para perokok dibanding non perokok.
 2. Penyakit-penyakit akibat rokok yang tidak menimbulkan kematian tetapi mengaibatkan cacat serta biaya pengobatan yang tidak sedikit.
 3. Para perokok ternyata lebih sering absen/alfa kerja.
 4. Hilangnya daya beli keluarga disebabkan oleh pengeluaran untuk belanja tembakau. Biaya penanggulangan kebakaran akibat rokok
- Semua pihak menyadari bahwa rokok mengganggu kesehatan, akan tetapi kesadaran itu terkalahkan dengan kepentingan sesaat yang berupa pemasukan yang menggiurkan terhadap kas negara yang melimpah dari tiap tahunnya.

c. Dampak terhadap Aspek Sosial

Perusahaan rokok besar di Indonesia menyediakan anggaran dana yang terminifestasikan dalam bidang kesejahteraan sosial seperti rehabilitasi Rumah Sakit Umum dan penghijauan kota, pembangunan dibidang sarana dan prasarana fisik sebagai contoh pembangunan sarana olahraga, gedung kesenian, pengaspalan jalan sampai pembangunan tempat ibadah. Adapun andil perusahaan-perusahaan rokok besar Indonesia disektor pendidikan yakni dengan disediakannya anggaran untuk sarana dan prasarana pendidikan, seni dan budaya, penelitian dan pengembangan IPTEK yang disponsori dan didanai oleh perusahaan rokok serta beasiswa ataupun bantuan belajar untuk melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi.

Dalam Laporan tehnik WHO No. 636 tahun 1979 di halaman 28 dipakai istilah *Involuntary smoking* (merokok tidak dengan sengaja), yang menyatakan bahwa bahaya asap rokok itu lebih besar bagi perokok pasif dibanding perokok aktif.¹²¹

4. Pendapat Ulama yang Menghalalkan dan yang Mengharamkan Rokok

a. Pendapat Ulama yang menghalalkan

Ada juga para ulama yang secara tegas menghalalkan tembakau. Kalau kita klasifikasikan berdasarkan latar belakang mazhabnya kurang lebih susunannya sebagai berikut: Mereka yang mengatakan rokok itu tidak haram umumnya berangkat dari alasan-alasan berikut ini; **a)** ulama mazhab al-Hanafiya yaitu Abdul Ghani an-Nablusy (w 1143 H), al-Haskafi (w 1088 H), dan al-Hamawi (w 1056 H). **b)** Ulama Mazhab al-Malikiyah yaitu Ali al-Jhuri (w 1066 H), ad-Dasuqi (w 1230 H), ash-Shawi (w 1241 H), al-Amir (w 1232 H), Muhammad bin Ali al-Husaini (w 1114 H), **c)** Ulama Mazhab asy-Syafi'iyah yaitu ar-Rasyidi (w 1096 H), asy-Syubramalisi (w 1087 H), al-Babili (w 1077 H), **d)** Ulama Mazhab al-Hanabilah yaitu Mar'i al-Karimi (w 1033 H).¹²²

Adapun dalil yang mereka gunakan kenapa tidak mengharamkan tembakau ada beberapa poin. Ternyata tudingan bahwa tembakau itu memabukkan sebagaimana dilontarkan oleh kelompok yang mengharamkan tidak terbukti. Dalam pandangan mereka asap tembakau itu kalau dihirup tidak memabukkan dan tembakau berbeda dengan daun ganja yang memang memabukkan. Mereka yang mengatakan rokok itu tidak haram, umumnya dari alasan berikut ini:¹²³

1. Tidak ada nash yang secara zahir mengharamkan sesuatu. Justru kita diharamkan untuk membuat hukum sendiri di luar apa yang diharamkan

¹²¹ *Ibid*, h. 116.

¹²² Achmad Zuhdi, *Hukum Merokok* (Risalah Zuhdi, 2011), h. 15.

¹²³ Ahmad Sarwat Lc, *Seri fiqih Kehidupan Kedokteran* (Jakarta; DU Publishing, 2011), h. 139.

oleh kedua sumber hukum agama yaitu alquran dan sunnah. Mereka beralasan bahwa hukum halal haram itu harus berlandaskan langsung secara eksplisit dari ayat alquran dan hadis Nabi. Nyatanya tidak ada nash baik ayat alquran ataupun hadis Nabi yang menegaskan keharaman oleh kedua sumber hukum agama itu.

2. Kitab fiqih klasik tidak mengharamkan rokok. Selain itu mereka juga beralasan bahwa para ulama masa lalu tidak pernah mengharamkan rokok. Kalaupun bab itu ditulis dalam kitab-kitab fiqih hukumnya hanya sebatas makruh karena mengakibatkan nafas yang bau. Sehingga hukum kemakruhannya mirip dengan hukum makruhnya orang yang makan bawang atau jengkol
3. Industri rokok di Indonesia telah berhasil memberikan lahan pekerjaan buat begitu banyak tenaga kerja, baik disektor pertanian tembakau, pabrik pengolahan tembakau hingga distribusinya.
4. Alasan individu

Namun yang paling banyak dijadikan alasan bagi para perokok untuk merokok adalah alasan individu. Maksudnya karena seseorang sudah jadi penikmat asap rokok, maka dia akan punya 1001 alasan yang sekiranya bisa memberinya peluang untuk merokok.

b. Pendapat ulama yang mengharamkan

Diantara ulama yang mengharamkan adalah Syeikh Umar bin Abdul Rahman al-Husaini Asy-Syafi'i demikian pula Syeikh Muhammadi Muhammad Fathullah bin Ali al-Maghribi, Muhammad bin Shiddiq az-Zubaidi al-Hanafi dan Syeikh Amir Asy-Syafi'i dimana beliau berkata “ rokok yang kita kenal jika membahayakan akal atau badan maka hukumnya haram, dan bahayanya sudah jelas disaksikan oleh kita dan ditetapkan para dokter mengenai rokok dengan segala jenisnya”. Bahkan Asyaron Bilali berpendapat bahwa rokok haram karena tidak mengandung unsur gizi maupun obat dan dilarang menjualnya dan

menghisapnya karena termasuk khabaits (benda-benda yang menjijikkan).¹²⁴ Oleh karena itu keharaman rokok bisa didasari dengan beberapa dalil:

Pertama dari sisi penelitian kedokteran membuktikan bahwa rokok dapat menyebabkan bermacam-macam penyakit berbahaya seperti jantung, ginjal, kanker dan sebagainya apalagi kalau dikonsumsi oleh wanita hamil maka lebih riskan menyebabkan keguguran.

Kedua agama kita memerintahkan kita untuk menjaga harta benda dengan baik, rokok bertentangan dengan perintah itu, karena termasuk membuang harta, apalagi sampai kecanduan belum lagi biaya yang dikeluarkan untuk mengobati penyakit-penyakit akibat rokok kalau dibandingkan pendapatan rokok maka jauh lebih besar. Firman Allah Q.S al-A'raf :31

﴿يَبْنَى ءَآءَمَ حُءُوا زِيَتَكُمُ عِيءَ كُلِّ مَسْءِيءٍ وَكُلُوا وَآشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
ٱلْمُسْرِفِينَ﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.¹²⁵

Ketiga ada beberapa kaidah umum yang dapat diterapkan pada keharaman merokok.

1. Allah menceritakan NabiNya dalam firmanNya Q.S, al-A'raf :157,

¹²⁴ *Ibid*, h. 20.

¹²⁵ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 154.

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ
وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَهُمْ أَلْفَبَتْ وَطَبِيتْ وَحَرَّمَ عَلَيْهِمُ
الْحَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۚ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ
وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنْزِلَ مَعَهُ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Umami yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'rif dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung.¹²⁶

Cukuplah Allah mengharamkan sesuatu yang buruk atau berbahaya sehingga bisa dimasukkan ke dalamnya semua makanan atau minuman yang buruk dan berbahaya, sehingga ulama sepakat haramkan ganja dan semacam karena termasuk narkoba yang berbahaya. Begitu juga termasuk rokok karena keburukan dan bahayanya

Allah ta'ala melarang kita membunuh diri dan menjatuhkan diri dalam kebinasaan ketika Allah berfirman Q.S al-Baqarah:195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.¹²⁷

¹²⁶ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 170.

¹²⁷ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 30.

Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan satu kesatuan. Dan mereka yang mengkonsumsi racun atau sesuatu yang membahayakan dirinya dan kesehatannya tidak ragu lagi dia melemparkan dirinya dalam kebinasaan, dan rokok termasuk hal yang membinasakan karena bahaya yang telah disebutkan di atas.

Kesimpulan dari kelompok ini menyatakan bahwa rokok hukumnya haram karena bertentangan dengan kaidah syariah yang ditetapkan untuk mencapai tujuan tujuan yang lima maqashidu syariah yaitu menjaga agama, keturunan, akal, harta dan jiwa.

6. Kajian Terdahulu

Sebelum membuat proposal dan melakukan penelitian ini, penulis terlebih dahulu melakukan telaah terhadap kajian atau terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul yang penulis pilih. Adapun penelitian yang bersinggungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Muhammad Iqbal dalam penelitiannya yang berjudul “implementasi kebijakan syariat Islam” hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor penyebab belum berjalan implementasi kebijakan syariat Islam dalam berbusana muslim. Kurangnya sosialisasi dan komunikasi yang diberikan oleh Dinas Syariat Islam, sosialisasi komunikasi yang diberikan hanya berupa membagi-bagikan membagi-bagikan brosur kepada tokoh-tokoh masyarakat dan aparat pemerintah. Namun, brosur tidak disebarluaskan oleh tokoh masyarakat dikecamatan /kampung.

Pengawasan yang dilakukan hanya mudah dijangkau oleh Wilayatul Hisbah (WH), belum aktif *tuha peut* dan *tuha lapan* di kampung dan kurang

melibatkan MPU dalam sosialisasi syariat Islam serta kurang berperannya orang tua dalam menegakkan syariat Islam, sehingga masyarakat beranggapan bahwa pelaksanaan syariat Islam sudah baik apabila sudah menutup kepala dengan kerudung saja.

Rudi Kurniawan dalam penelitiannya yang berjudul “peranan Dinas Syariat Islam dalam mengimplementasikan kebijakan Syariat Islam” (studi pada Dinas Syariat Islam kota Lhokseumawe) menyatakan bahwa:

1. Pada saat ini Dinas Syariat Islam telah menjalankan beberapa peranannya dengan baik, seperti mengawasi berjalannya Syariat Islam dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, akan tetapi ada beberapa peran yang objektif, dimana hukum yang berlaku hanya pada kalangan bawah saja sehingga tidak adanya pemerataan hukum.
2. Dinas Syariat Islam kota Lhokseumawe dalam menjalankan kebijakan menggunakan model kelembagaan yaitu memandang kebijakan negara sebagai kegiatan yang akan dilakukan oleh lembaga-lembaga negara, selain itu Dinas Syariat Islam membawa model dan gaya dari tahapan-tahapan implementasi kebijakan yang bersifat *non selfexecuting* yaitu adanya partisipasi dari berbagai pihak untuk mencapai tujuan.
3. Dinas Syariat telah melahirkan beberapa qanun yang mengatur pelaksanaan Syariat Islam seperti qanun no.11 tahun 2002 yang mengatur tentang pelaksanaan Syariat Islam dalam bidang aqidah, ibadah dan syair Islam kemudian qanun no.12 tahun 2003 mengenai khamar dan sejenisnya, qanun no.13 tahun 2003 tentang maisir atau perjudian dan qanun no.14 tahun 2003 tentang khalwat/museum.
4. Dalam menjalankan Syariat Islam, dinas Syariat Islam mengalami beberapa kendala atau hambatan seperti sarana yaitu gaji personil Wilayatul Hisbah (WH) yang kurang memadai, karena WH masih banyak

yang honorer dan prasarana seperti mobilitas untuk melakukan pengawasan di lapangan yang masih kurang.

Berdasarkan kedua penelitian sebelumnya, judul yang penulis teliti tidak sama dengan judul penelitian sebelumnya akan tetapi topik yang sama. Adapun judul peneliti angkat mengenai Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Meroko di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif atau naturalistik, karena titik fokus penelitian ini adalah pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*).¹²⁸ Dikatakan juga natural karena pelaksanaan penelitian memang terjadi secara alamiah, apa adanya dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, singkatnya menekankan pada deskripsi secara alami.¹²⁹

Berdasarkan hal di atas maka pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif interpretatif. Sebagaimana menurut Isaac dan Michael dalam Jalaluddin Rakhmat pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.¹³⁰ Pendekatan ini juga bertujuan untuk mendapatkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu atau kelompok masyarakat maupun organisasi dalam setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang komprehensif.

Penelitian kualitatif menghasilkan deskripsi/uraian berupa kata-kata tertulis atau lisan dari para aktor yang dapat diamati dalam suatu situasi sosial.¹³¹ Dalam konteks ini peneliti berusaha memahami Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

¹²⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), h. 3.

¹²⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 11.

¹³⁰ Rakhmat, *Metode Penelitian*, ..., h. 22.

¹³¹ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), h. 3.

Aktivitas penelitian kualitatif yang dilaksanakan ini memiliki ciri-ciri sebagaimana yang dikemukakan oleh Bogdan dan Biklen yaitu: (1) Latar alamiah sebagai sumber data, (2) Peneliti adalah instrumen kunci, (3) Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses daripada hasil, (4) Penelitian dengan kualitatif cenderung menganalisis data secara induktif (5) Maknya yang dimiliki pelaku yang mendasari tindakan-tindakan mereka merupakan suatu aspek esensial dalam penelitian kualitatif.

Dalam menafsirkan data di atas maka digunakan penafsiran fenomenologi dengan maksud, tujuan dan pemaknaan. Selanjutnya Bogdan dan Biklen berpendapat bahwa: “ *Researches in the phenomenological mode attempt to understand the meaning of events ordinary people in particular situations.*” Adapun inti dari penelitian kualitatif adalah sampainya temuan peneliti terhadap makna perilaku atau tema budaya yang merupakan alasan seseorang atau kelompok dalam melakukan suatu perilaku sesuai latar sosial.

Berdasarkan pengertian penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku setiap orang berperan secara langsung maupun tidak langsung dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di kecamatan kotapinang yang memiliki relevansi dengan penelitian ini dapat menjadi sumber data. Kegiatan penelitian ini difokuskan pada efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan fatwa haram merokok di kecamatan kotapinang kabupaten labuhanbatu selatan. Sedangkan pendekatan keilmuan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan komunikasi.

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Pebruari 2016 - April 2016, dan berlokasi di Kecamatan Kotapinang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

C. Sumber Data

Sumber data dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan.¹³² Sebagai data pokok yang diperoleh secara langsung dari informan yang telah ditentukan. Sumber data yang digunakan manusia dalam penelitian tersebut disebut informan, yang dipilih secara purposive. Dengan kecenderungan peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data primer. Bahkan dalam pelaksanaan pengumpulan data pilihan informan dapat berkembang sesuai kebutuhan dan kemantapan peneliti dalam memperoleh data. Dalam hal ini, yang menjadi informan penelitian adalah ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan “Drs. Hatimbulan Siregar, MA) pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Muslim Siregar dan dan Paelindungan S.Pd.I) dan salah satu masyarakat Labuhanbatu Selatan yang merokok (M. Yahya Harahap S.H.I) dan yang tidak merokok (Nurdin Hasibuan S.Pd.I)
2. Data sekunder, yaitu sumber data yang sifatnya pendukung, yaitu literatur-literatur dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Maksudnya data melengkapi data primer yang tidak diperoleh secara langsung dari kegiatan lapangan. Data ini biasanya dalam bentuk surat-surat pribadi, catatan, peta, skema, gambar-gambar, rekaman, video, memo, buku-buku atau dokumentasi di lembaga tersebut yang ada kaitannya dengan penelitian yaitu mengenai Majelis Ulama Indonesia di Labuhanbatu Selatan, dan fatwanya mengenai haram merokok yang telah ditetapkan pada tahun 2009.

¹³² S, Nasution, *Metode Research* (Bandung: Jemmars, 1982), h. 36.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian kualitatif, peneliti merupakan (key Instrument). Sehingga mengharuskan peneliti untuk berinteraksi langsung dengan sumber data.¹³³ Sementara itu hakikat sebagian instrumen kunci diaplikasikan dalam penggunaan teknik pengumpulan data kualitatif terdiri dari:

1. Wawancara, yakni suatu cara untuk memperoleh keterangan dari informan-informan yang telah ditentukan, yang dianggap dapat memberikan keterangan atau penjelasan terkait dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara mendalam yang merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang akan diteliti. Dan wawancara mendalam dilakukan dengan intensif dan berulang-ulang.¹³⁴
2. Observasi, yaitu usaha-usaha mengumpulkan data dengan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diselidiki yakni dengan mengadakan pengamatan di lapangan terhadap objek kajian yang berkenaan dengan tujuan penelitian. Observasi juga berarti mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti, terhadap fenomena yang diobservasi, dengan mencatat, merekam dan memotret fenomena tersebut dalam rangka mengumpulkan data. Cara melaksanakannya adalah peneliti datang langsung ke obyek penelitian untuk melihat, dan mengamati situasi kondisi yang ada di masyarakat untuk mendapatkan data yang valid kemudian mencatatnya secara sistematis.¹³⁵

¹³³ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D* (Bandung:CV Alfabeta, 2007), h.11.

¹³⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2001), h.1.

¹³⁵ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h.162.

3. Studi Dokumen, dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku, internet, atau aturan-aturan, laporan, keputusan, serta catatan-catatan yang ada hubungannya dengan efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan sejalan dengan pelaksanaan penelitian di lapangan. Data yang diperoleh setiap kali melaksanakan penelitian dianalisis untuk dapat mengetahui maknanya. Data hasil wawancara dan studi dokumentasi terlebih dahulu dianalisis sebelum dijadikan acuan dalam penelitian. Hasil analisis ini sangat bermanfaat terutama dalam menentukan rencana penelitian sebelumnya.

Data ini diorganisir sehingga menjadi satuan mengandung makna yang utuh dan dapat berdiri sendiri. Lincoln dan Guba menyatakan data memiliki dua karakteristik yakni (1) satuan tersebut harus heuristik artinya mengarah pada satu pengertian atau satu tindakan yang diperlukan oleh peneliti atau tindakan yang akan dilakukannya dan satuan itu hendaknya menarik, (2) satuan itu hendaknya merupakan sepotong informasi kecil yang dapat berdiri sendiri, artinya satuan tersebut harus dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan selain pengertian umum dalam konteks latar penelitian.

Moleong mengatakan bahwa analisis data adalah proses mengorganisasikan dan menguraikan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.¹³⁶

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan di atas maka pelaksanaan analisis data pada penelitian kualitatif dilaksanakan secara siklus yang dimulai

¹³⁶Moelong, Metode Penelitian..... h. 6.

dari mengatur data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola dan membuat kategori. Sejak awal penelitian sudah mulai dilakukan perincian mulai dari efektivitas komunikasi, fatwa Majelis Ulama Indonesia, Haram Merokok serta mencatat keteraturannya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis data model interaktif yang proses pelaksanaan terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. Reduksi data. Reduksi data dimaksudkan untuk memudahkan dalam membuat kesimpulan terhadap data yang diperoleh selama pelaksanaan penelitian. Miles dan Huberman mendefinisikan reduksi data yaitu suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan pada transformasi data kasar yang muncul pada catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang bertujuan menajamkan, menonjolkan hal-hal yang penting, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak dibutuhkan dan mengorganisir data agar lebih sistematis sehingga dapat dibuat kesimpulan yang bermakna. Reduksi data dilakukan terlebih dahulu melakukan analisis secara cermat dan teliti terhadap semua catatan dan data lapangan sebab sangat mungkin terjadi bahwa tidak semua data yang diperoleh dari lapangan relevan dengan fokus penelitian harus disisihkan dari kumpulan data. Hal ini dimaksudkan agar penelitian mengacu pada fokus penelitian sehingga hasilnya menjadi tajam dan terpercaya.
2. Penyajian data. Setelah reduksi data dilakukan, kegiatan selanjutnya yang perlu dilakukan adalah menyajikan data hasil analisis. Miles menjelaskan penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa

penyajian data dimaksudkan untuk membantu peneliti dalam memahami fenomena yang terdapat dalam ruang lingkup penelitian sekaligus merencanakan tindakan untuk mengantisipasinya. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk grafik, jaringan kerja, matriks, tabel, atau bentuk yang sesuai untuk data yang disajikan serta mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh melalui wawancara dan studi dokumentasi selanjutnya diproses dan dianalisis sehingga menjadi data yang siap disajikan yang akhirnya menjadi kesimpulan hasil penelitian. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa kesimpulan pada awalnya masih longgar, tetap terbuka skeptis dan belum jelas namun kemudian kesimpulan menjadi yang lebih rinci, mendalam, dan mengakar dengan kokoh seiring dengan bertambahnya data sehingga kesimpulan merupakan suatu konfigurasi yang utuh.

F. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Ada beberapa macam tahap dalam menguji keabsahan data agar dapat meyakinkan pembaca terhadap nilai hasil penelitian ini yakni dengan beberapa tahap yaitu : ada empat kriteria yang digunakan yaitu, derajat kepercayaan (*Credebility*), Keteralihan (*Transfebility*), Ketergantungan (*Dependability*), dan Kepastian (*Confirmability*).¹³⁷

Uji *Credibility* atau validitas data internal yang meliputi aspek nilai kebenaran, uji *transferability*, atau validitas eksternal (generalisasi) yang meliputi aspek penerapan, uji *dependability* atau reabilitas yang meliputi aspek konsistensi dan uji *confirmability* atau objektivitas yang meliputi aspek netralisasi.

¹³⁷Moleong, *Metodologi Penelitian.....*, h.75.

1. Uji Kredibilitas data (*Credibility*); dapat melalui perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam meneliti, kemudian melakukan triangulasi, baik dengan triangulasi sumber, teknik dan waktu, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif seperti mencari data yang berbeda di lapangan dengan data yang telah ditemukan. Menggunakan referensi untuk mengumpulkan data yang diperoleh dan memberi check.
2. Pengujian *Transferability* merupakan validitas eksternal menunjukkan derajat ketetapan atau dapat diterapkan hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai *transferability* bergantung pada pemakaian, sehingga hasil penelitian dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain. Misalnya orang lain menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti membuat laporan secara rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Dengan demikian pembaca dapat menerapkan hasil penelitian tersebut dengan jelas.
3. Pengujian *Dependability*, yaitu suatu penelitian yang mana orang lain dapat mengulangi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif disebut *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian, bilamana peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan tetapi bisa menyajikan data, peneliti seperti ini perlu diuji *dependabilitynya* yang dilakukan oleh auditor atau pembimbing.
4. Pengujian *Confirmability* atau pengujian objektivitas. Peneliti dapat dikatakan objektif bila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian maka penelitian tersebut telah memenuhi syarat standar *confirmability*.¹³⁸

¹³⁸Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA: 2009), h.378.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

1. Letak Geografis Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Kecamatan Kotapinang menempati area seluas 482,40 Km² yang terdiri dari 9 desa dan satu kelurahan. Wilayah kecamatan kotapinang di sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kampung Rakyat, disebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Torgamba, disebelah selatan dengan Kecamatan Sungai Kanan dan Torgamba dan disebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Silangkitang.

Dari 10 desa/kelurahan yang terdapat di Kecamatan Kotapinang yang memiliki wilayah terluas adalah Desa Sisumut dengan luas 133,30 Km² dan yang terkecil adalah desa Sosopan dengan luas 30,50 Km².

Tabel 1: letak dan Geografis Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

No	Karakteristik	Penjelasan
1	Pulau	Sumatera
2	Propinsi	Sumatera Utara
3	Kecamatan	Kotapinang
4	Kabupaten	Labuhanbatu Selatan
5	Ketinggian Tempat	105 m DPL
6	Luas Wilayah	482,40 Km ²
7	Batas :	
	Utara	Kec. Kampung Rakyat & Kabupaten

		Labuhanbatu
	Timur	Kecamatan Torgamba
	Selatan	Kecamatan Sungai Kanan & Torgamba
	Barat	Kecamatan Silangkitang
8	Jarak ke kantor bupati	54 Km

Sumber : Kantor Camat Kotapinang 2013

Tabel II Jumlah Lingkungan dan Dusun yang Terdapat di tiap Desa / Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Lingkungan	Jumlah Dusun
1	Simatahari	-	5
2	Pasir Tuntung	-	13
3	Mampang	-	2
4	Hadundung	-	2
5	Perk. Normark	-	3
6	Sosopan	-	5
7	Perk. Sei Rumbia	-	4
8	Kotapinang	13	-
9	Perk. Sei Rumbia	-	5
10	Sisumut	-	16
	Jumlah	13	55

Sumber: Kantor Camat Kotapinang 2013

Tabel III: Luas Wilayah Menurut Desa/Kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Rasio Terhadap Total
1	Simatahari	46,70	9,68
2	Pasir Tuntung	55,30	11,46
3	Mampang	35,80	7,42

4	Hadundung	32,20	6,67
5	Perk. Normark	30,70	6,36
6	Sosopan	30,50	6,32
7	Perk. Nagodang	30,80	6,38
8	Kotapinang	40,80	8,47
9	Perk. Sei Rumbia	46,30	9,60
10	Sisumut	133,30	27,64
	Jumlah	482,40	100,00

Sumber: Kantor Camat Kotapinang 2013

Tabel IV jumlah lingkungan dan dusun yang terdapat ditiap desa/kelurahan

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Lingkungan	Jumlah Dusun
1	Simatahari	-	5
2	Pasir Tuntung	-	13
3	Mampang	-	2
4	Hadundung	-	2
5	Perk. Normark	-	3
6	Sosopan	-	5
7	Perk. Nagodang	-	4
8	Kotapinang	-	13
9	Perk. Sei Rumbia	-	5
10	Sisumut	-	16

Sumber: Kantor Camat Kotapinang 2013

2. Bentuk dan Makna Lambang Daerah



1. Perisai berseri lima dikelilingi warna putih, melambangkan bahwa Kabupaten Labuhanbatu Selatan merupakan daerah otonom yang dibentuk berazaskan Pancasila dan UUD 1945, sebagai cerminan jiwa masyarakat yang memiliki keinginan kuat untuk maju dan naungan wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Padi 1 (satu) bulir dengan 21 (dua puluh satu) butir dan kapas dengan jumlah 8 (delapan) buah, serta tali simpul 7 (tujuh) bermakna :
 - a. Menunjukkan bahwa pembentukan kabupaten Labuhanbatu Selatan pada tanggal 21 Juli 2008.
 - b. Melambangkan rasa nasionalisme masyarakat Kabupaten Labuhanbatu Selatan untuk bersama-sama membangun daerah berkecukupan sandang & pangan menuju masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera.

3. Bintang, bermakna menunjukkan masyarakat Kabupaten Labuhanbatu Selatan merupakan masyarakat yang religius dengan menjunjung tinggi keimanan dan ketaqwaan terhadap tuhan yang Maha Esa.
4. Pita merah bertuliskan Labuhanbatu Selatan, bermakna menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah masyarakat yang gigih dan menghargai jasa pejuang para pendahulu namun tetap bersatu dalam jaminan silaturrahi dan persaudaraan.
5. Buah pinang, bermakna menggambarkan buah pinang yang di dalamnya terdapat beberapa simbol sebagai perwujudan terhadap kotapinang sebagai sikel bakal wilayah kabupaten Labuhanbatu Selatan, sebagaimana diamanahkan dalam UU no 22 Tahun 2008 tentang pembentukan kabupaten Labuhanbatu Selatan berada di Kecamatan Kotapinang.
6. Karet, kelapa sawit, ikan baung dan udang galah, bermakna menunjukkan bahwa daerah kabupaten Labuhanbatu Selatan Merupakan daerah penghasil karet dan sawit sebagai potensi unggulan daerah sedangkan ikan baung dan udang galah merupakan hasil khas daerah.
7. Simpang tiga, menunjukkan bahwa kotapinang sebagai ibu kota kabupaten Labuhanbatu Selatan berada ditiga jalur lintas Sumatera yang meghubungkan tiga propinsi (Sumatera Utara, Riau dan Sumatera Barat) dan merupakan lokasi Strategi tempat Strategis tempat transit berbagai kegiatan yang dapat menunjang perekonomian masyarakat .
8. Warna biru langit, menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Labuhanbatu Selatan senantiasa berada dalam kedamaian dan ketenteraman.
9. Warna dasar kuning, menunjukkan bahwa Kabupaten Labuhanbatu Selatan dalam sejarahnya merupakan daerah yang pernah mengalami jaman keemasan melalui kesultanan yang pernah ada dahulu, dengan kota pinang menjadi pusat perdagangan melalui lintasan pelayaran di sungai barumun.

3. Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan
masa khidmat 2014-2019 Nomor: KEP-01/DP.MUI-LBS/V/2014

Bismillahirrahmanirrahim

Dewan pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Menimbang:

- a. Bahwa untuk melaksanakan amanat musyawarah dengan daerah VII Majelis Ulama Indonesia Sumatera Utara 2014, dipandang perlu melaksanakan konsolidasi organisasi dan penyegaran kepengurusan Majelis Ulama Indonesia kecamatan-kecamatan yang telah habis masa khidmatnya.
- b. Surat keputusan DP. Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan nomor: 04/KPTS/MUI-LBS/II/2014, tanggal 20 februari 2014 M, tentang susunan pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, masa khidmat 2014-2019 yang telah habis masa berlakunya.
- c. Bahwa untuk menetapkan dan mensahkan kepengurusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang yang baru sebagai hasil rapat/musyawarah tanggal 27 Muharram 1435 H, 2 Februari 2014 M, dipandang perlu menerbitkan surat keputusan pengukuhan.
- d. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam surat keputusan ini dianggap mampu menjalankan organisasi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.¹³⁹

Mengingat:

- a. Pedoman dasarr dan pedoman rumah tangga program kerja Majelis Ulama Indonesia.
- b. Hasil musyawarah Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan tahun 2014.

¹³⁹ MUI, Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Kotapinang 2014).

Memperhatikan: hasil keputusan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Sei Kanan tahun 2014, tentang susunan pengurus Majelis Ulama Indonesian Kecamatan Kotapinang.

Memutuskan:

- a. Mensyarahkan dan mengukuhkan susunan pengurus dewan pimpinan Majleis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan masa khidmat 2014-2019 sebagaimana tercantum dalam lampiran surat keputusan ini.
- b. Tugas dewan pimpinan adalah mematuhi pedoman dasar dan pedoman rumah tangga Mejelis Ulama Indonesia dalam proses Melaksanakan program-program kerja serta mengikuti kebijaksanaan pimpinan yang lebih tinggi.
- c. Dewan pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang masa khidmat 2014-2019 diberi hak dan wewenang untuk menyempurnakan kepengurusan (komisi-komisi) sesuai dengan kebutuhan bagi kelancaran pelaksanaan program kerja dan pembentukan perwakilan di desa/kelurahan.
- d. Dewan pimpinan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan tidak berhak mengeluarkan fatwa dan jika diperlukan supaya pemyampaikan kepada DP. Majelis Ulama Indonesia Kabupaten.
- e. Surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan di dalamnya akan diadakan perubahan seperlunya.¹⁴⁰

Ditetapkan di : Kotapinang

Pada tanggal : 14 Muharram 1435 H
20 februari 2014 M

A. Bentuk Kegiatan Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang

Dalam komunikasi, baik secara individu maupun kelompok kelembagaan khususnya, yang dasarnya memiliki nilai propaganda terhadap segala yang menyangkut dengan tatanan aktifitas sosial lainnya tentu harus memiliki sikap dalam berkomunikasi, bilamana gagasan tersebut hasil dari objektifitas penilaian suatu lembaga terhadap masyarakat.

¹⁴⁰ *Ibid.*

Hal ini perlu disadari pentingnya sikap berkomunikasi dalam suatu lembaga agar lebih mudah disampaikan kepada masyarakat dan sekaligus masyarakat dengan mudah untuk memahami pesan yang disampaikan oleh lembaga tersebut, dikarenakan suatu lembaga akan memiliki tugas dalam menyampaikan gagasannya ditengah-tengah masyarakat.¹⁴¹

Maka, akan terciptalah suatu bentuk komunikasi, baik secara individu dengan individu, atau individu dengan kelompok dan seterusnya, yang berupaya memiliki hasil yang maksimal terhadap gagasan yang diberikan kepada masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi sikap, perilaku dan cara pandang masyarakat.

Bentuk komunikasi yang terjadi sangatlah sederhana bahkan tanpa disadari manusia, baik secara individu maupun kelompok, telah melibatkan dirinya atau kelompoknya dalam aktifitas bentuk-bentuk komunikasi. Sebagai perumpamaan seorang sedang berkomunikasi pada orang lain dengan interaksi dua individu dengan individu yang lain tanpa ada intervensi dari luar, hal semacam ini sudah termasuk dalam bentuk komunikasi interpersonal.

Disisi lain masih dalam bentuk komunikasi, dengan media jiwa pribadi seseorang yang didukung oleh alam bawah sadar mereka itu sendiri dan mengungkapkan gagasan pesan yang dirasakannya kepada diri sendiri hal semacam ini sebagian para ahli mengatakan sudah termasuk dalam bentuk komunikasi intrapersonal, yakni komunikasi pada diri sendiri.

Kemudian bentuk komunikasi kelompok, baik itu kelompok besar atau kecil, yang intinya berusaha untuk memberikan sugesti kepada masyarakat. Diharapkan dapat mempengaruhi dan mengintruksikan masyarakat kepada yang diinginkan oleh komunikator dalam bentuk kelompok. Sehingga dengan cara cepat informasi yang diberikan dapat sampai kepada masyarakat yang ada, dan lebih menghemat waktu juga

¹⁴¹ Fikri, Responden yang tidak merokok, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 8 Mei 2016.

biaya. Hal ini yang dapat menjadi pertimbangan komunikator dalam menyampaikan gagasan kepada publik.¹⁴²

Adapun bentuk komunikasi yang dapat digunakan sebagai bentuk komunikasi kepada masyarakat, memiliki bentuk-bentuk sendiri, sesuai dengan kemampuan yang dimiliki komunikator, diantaranya adalah bentuk komunikasi personal, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi media.

Dari segala bentuk komunikasi, bagi komunikator terutama pada instansi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang yang menjalankan tugas dalam mensosialisasikan fatwa harus responsif, proaktif dan antisipatif. Responsif yang dimaksudkan, Majelis Ulama Indonesia harus senantiasa merespon berbagai persoalan hukum dalam masyarakat di Indonesia. Proaktif yang dimaksudkan adalah Majelis Ulama Indonesia sifatnya tidak hanya sifatnya menunggu datangnya permintaan dan pertanyaan dari masyarakat ataupun pemerintah, tetapi juga mengadvokasi perkembangan dan petemuan keagamaan yang muncul dari perubahan sosial yang ada. Begitu pula sifat antisipatif, Majelis Ulama Indonesia mengantisipasi setiap persoalan hukum dengan keputusan hukum-hukum yang aktual, yang kadang-kadang bisa saja persoalan hukumnya muncul tetapi sudah diantisipasi sejak dini.¹⁴³

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan sekretaris Majelis Ulama Indonesia yaitu dengan bapak Muslim, beliau mengatakan ada beberapa bentuk komunikasi Majelis Ulama Indonesia Labuhanbatu Selatan

1. Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang dalam menjalankan program mensosialisasikan fatwa bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Kemudian, berkaitan dengan hasil.
2. Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan selalu membantu dan mendukung Majelis Ulama Indonesia Kecamatan baik itu dari segi sarana dan prasarana.
3. Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labuhanbatu Selatan ikut serta dalam berbagai acara yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang.¹⁴⁴

¹⁴² Parlindungan, sebagai komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 4 Mei 2016.

¹⁴³ Hatimbulan Siregar, sebagai ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan, wawancara dilakukan kantor MUI Kecamatan Kotapinang pada tanggal 6 Mei 2016.

¹⁴⁴ Muslim Siregar, sebagai sekretaris Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 3 Mei 2016.

Dalam bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang dalam menjalankan program kerja dengan beberapa aspek yaitu dengan menggunakan Ceramah, Diskusi panel, Simposium, Seminar, Curah saran dan lain-lain..

Adapun bentuk komunikasi yang biasanya dilakukan oleh komunikator Majelis Ulama Indonesia sebagai berikut:

1. Komunikasi personal

Komunikasi personal memiliki dua bentuk yakni komunikasi intra personal dan komunikasi interpersonal. Pada umumnya komunikasi yang digunakan dalam berbagai bentuk lebih menekankan pada rasa pribadi seseorang untuk menyakinkan dan mengambil hati seseorang agar bertindak sesuai dengan interuksi komunikator. Hal ini tidak terlepas pada komunikasi personal baik intrapersonal ataupun interpersonal.

a. Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal dapat digunakan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam bersosialisasi kepada masyarakat, untuk menghayati dan merenungi hasil atau tindakan yang akan dilakukan, serta mencari solusi permasalahan yang ada, terutama yang dapat dipecahkan secara pribadi, masalah-masalah yang dipertanyakan masyarakat terhadap ilmu-ilmu agama, ibadah, yang terkadang masyarakat memiliki segudang pertanyaan dikarenakan timbul perbedaan pendapat dalam masyarakat tersebut. Jadi dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia yang berada di Kecamatan Kotapinang berperan penting dalam mengatasi Permasalahan yang telah dialami masyarakat tersebut.

Maka dari itu menuntut komunikator Majelis Ulama Indonesia untuk merenung dan menghayati segala pertanyaan masyarakat, agar memberikan

penerangan yang baik, sehingga perbedaan pemahaman yang telah masuk ke dalam budaya masyarakat agar secepatnya dipahami serta dimaklumi.

Hal ini dikarenakan ilmu agama yang ada pada masyarakat masih rendah, oleh karena itu masyarakat belum siap menerima perbedaan-perbedaan yang masuk ke dalam masyarakat meskipun dalam perbedaan pendapat tersebut sebenarnya tidak sesat, akan tetapi segala informasinya masih dianggap baru oleh masyarakat tersebut.

Oleh karena itu dalam bentuk komunikasi personal yang berujung pada intrapersonal, dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok dapat digunakan komunikasi intrapersonal tersebut, ini berguna sebagai landasan untuk merenung dan menghayati sekaligus untuk meluangkan waktu dalam mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Sehingga seorang komunikator Majelis Ulama Indonesia, tidak perlu tergesa-gesa dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok tersebut karena perbedaan hukum fatwa tersebut masih ada ditengah-tengah masyarakat. Dan fatwa-fatwa yang dikeluarkan sebelum fatwa haram merokok ini juga masih ada yang belum disosialisasikan. Jadi, sosialisasi yang dilakukan harus bertahap yaitu terlebih dahulu mensosialisasikan fatwa sebelumnya keluar setelah itu barulah fatwa-fatwa yang selanjutnya.¹⁴⁵

b. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi yang digunakan oleh komunikator Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan fatwa haram merokok. Bentuk komunikasi interpersonal tidak luput dari kegunaan, karena komunikasi intrapersonal dapat digunakan dalam bentuk persuasive, instruktif, informatif, promotif dan menciptakan hubungan manusiawi antar sesama manusia, terutama pemberian arahan, pemahaman kepada masyarakat yang bersifat antar individu, sehingga mudah dimengerti dan diterima secara langsung oleh masyarakat.

¹⁴⁵ Parindungan, sebagai komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan dirumah beliau pada tanggal 4 Mei 2016.

Bentuk komunikasi interpersonal biasanya disampaikan oleh komunikator kepada satu, dua atau tiga komunikan yang masih berada dalam lingkup Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang dan salah satu masyarakat yang sering berbaur dengan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang tersebut. Biasanya yang menyampaikan pesan dari komunikator Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang itu sendiri menggunakan bentuk komunikasi persona kepada orang yang berpengaruh kepada masyarakat setempat yang dapat menggerakkan masyarakat, sehingga tuntutan pesan dapat menggerakkan dan sekaligus dapat melaksanakan terhadap isi pesan yang disampaikan.

Sehubungan dengan penjelasan di atas, peneliti mengkaitkannya dengan tanggapan yang diberikan oleh salah satu responden Muhammad Adnan yang tidak merokok yang mana beliau mengatakan bahwa:

Saya pernah diberitahu oleh teman yang pernah menghadiri sosialisasi secara interpersonal yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang mengenai fatwa haram merokok tersebut. Dengan begitu terbuka pintu hati saya untuk menyampaikan pesan dari sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang tersebut. Karena Allah juga menganjurkan dalam firman-Nya tolong menolong dalam kebaikan, jadi dengan menyampaikan pesan itu kepada orang lain bisa dikatakan saya mengamalkan firman Allah tersebut.¹⁴⁶

Dari hasil komunikasi personal yang dilakukan oleh komunikator terhadap orang yang berpengaruh dimasyarakat, diharapkan kemudian dapat mengajak masyarakatnya secara massa ataupun media sesuai dengan keinginan komunikator Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang. Sebagaimana firman Allah Surah al-Maidah Ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا أَهْدَى وَلَا الْقَلْبَ وَلَا
ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا

¹⁴⁶ Muhammad Adnan, Responden yang tidak merokok, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 10 Mei 2016

تَجَرَّمَنَّكُمْ شَتَانُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ ﴿٢٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram. Jangan (mengganggu binatang-binatang hadnya dan binatang-binatang qaala dan jangan pula mengganggu orang yang mengunjungi baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridhoan dari tuhanmu dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka) dan tolong meolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan janganlah kamu tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaNya.

Makna al-Birru (الْبِرُّ) dan at-Taqwa (التَّقْوَى) Dua kata ini, memiliki hubungan yang sangat erat. Karena masing-masing menjadi bagian dari yang lainnya. Secara sederhana, al-Birru (الْبِرُّ) bermakna kebaikan. Kebaikan dalam hal ini adalah kebaikan yang menyeluruh, mencakup segala macam dan ragamnya yang telah dipaparkan oleh syariat. Al-Birru adalah satu kata bagi seluruh jenis kebaikan dan kesempurnaan yang dituntut dari seorang hamba. Lawan katanya al-Itsmu (dosa) yang maknanya adalah satu ungkapan yang mencakup segala bentuk kejelekan dan aib yang menjadi sebab seorang hamba sangat dicela apabila melakukannya Allah *Subhānahu wa Ta'ālā* mengajak untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan beriringan ketakwaan kepada-Nya. Sebab dalam ketakwaan, terkandung ridha Allah. Sementara saat berbuat baik, orang-orang akan menyukai. Barang siapa memadukan antara ridha Allah dan ridha manusia, sungguh kebahagiaannya telah sempurna dan kenikmatan baginya sudah melimpah.

“Allah SWT memerintahkan hamba-hamba-Nya yang mukmin agar saling berta'awun di dalam aktivitas kebaikan yang mana hal ini merupakan al-Birr, kebajikan) dan agar meninggalkan kemungkaran yang mana hal ini merupakan at-

Taqwa. Allah melarang mereka dari saling bahu membahu di dalam kebatilan dan tolong menolong di dalam perbuatan dosa dan keharaman.

Artinya komunikasi interpersonal adalah komunikator menyampaikan pesan kepada satu atau dua orang, kemudian selanjutnya pesan tersebut disampaikan kepada khalayak ramai, baik menggunakan bentuk massa ataupun media hal ini terangkup pada *theory one step flow communication* (komunikasi dua tahap) dan *multystep flow communication* (multistep komunikasi).

Komunikasi yang digunakan secara perlahan akan tetapi menghasilkan komunikasi yang pasti sampai kepada masyarakat banyak. Sehingga masyarakat yang telah disampaikan pesan oleh komunikator akan mengerti dari isi pesan yang disampaikan. Karena secara tidak langsung telah ikut serta mendidik masyarakat untuk merespon dan mempelajari isi pesan yang disampaikan oleh komunikator dari Majelis Ulama Indonesia di Kecamatan Kotapinang kepada masyarakat. Baik melalui perangkat desa setempat atau kepada masyarakat yang bertanya mengenai permasalahan yang ada kemudian disebarkan kepada masyarakat banyak.

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok pada hakekatnya terbagi menjadi dua bentuk, yaitu: komunikasi kelompok besar dan komunikasi kelompok kecil.

1. Komunikasi kelompok kecil diantaranya:

- a. Ceramah
- b. Diskusi
- c. Curah saran dan lain-lain.

Dalam bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan Fatwa yang dikeluarkan. Biasanya dengan menggunakan bentuk komunikasi kecil yaitu ceramah dengan mengikuti ceramah-

ceramah yang dilakukan oleh warga bahkan sekaligus menjadi da'i dalam ceramah tersebut.

Ceramah yang diisi oleh Majelis Ulama Indonesia, telah terstruktur atau tersusun jadwalnya dengan baik walaupun sampai kepada desa-desa terpencil sekalipun metode ceramah tetap dilaksanakan. Meskipun berbagai kendala pasti ada, akan tetapi tidak menyurutkan komunikator Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang dalam mensosialisasikan fatwanya dengan bentuk komunikasi kecil yaitu ceramah, terkhususnya di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.¹⁴⁷

Ceramah atau bentuk komunikasi kelompok kecil, biasanya juga diadakan masyarakat pada malam jum'at, yakni selingan membaca surat yasin bagi masyarakat yang tersebut istilah kaum tua, kemudian pada hari jum'at bagi biasanya bagi kaum ibu-ibu dan remaja biasanya diadakan pada malam jum'at dan malam rabu.

Tema-tema yang ditampilkan sebagai bahan isi ceramah, tidak terlalu sulit karena disesuaikan dengan keadaan jamaah sebagai komunikan. Isi ceramah yang sifatnya sesuai dengan isu-isu yang sedang berkembang ditengah-tengah masyarakat, ataupun seputar ibadah dan juga mengenai seputar keadaan hari-hari besar keagamaan ataupun nasional.

Khusus bagi remaja, tidak ketinggalan mengenai serba-serbi remaja, hal ini selalu menjadi topik menarik dalam ceramah yang ada. Pada hakekatnya segala isi pesan yang akan disampaikan disesuaikan dengan kebutuhan, jenis kelamin, usia, rutinitas atau disebut juga dalam istilah komunikasi disebut *genre*. *Genre* yakni adanya klasifikasi untuk kepada siapa pesan yang akan disampaikan baik dari segi isi jenis kelamin, usia, bentuk komunitas dan lain sebagainya yang keseluruhannya disesuaikan dengan selera jamaah atau komunikan.

Bentuk kelompok komunikasi yang digunakan masih dalam lingkup kelompok kecil yakni curah saran atau disebut *brainstorming* yakni adanya semacam tanya jawab oleh komunikator Majelis Ulama Indonesia melalui bidang

¹⁴⁷ Hatimbulan siregar, ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan di rumah beliau yang bertempat di Kotapinang pada tanggal 2 mei 2016.

dakwah dengan masyarakatnya sebagai objek, atau disebut juga sebagai mad'u dalam komunikasi yakni komunikan. Hal ini sangat bermanfaat dikarenakan atau tumbuhnya rasa yang sama karena akan hadirnya dalam bentuk rasa psikologis atau batiniah.

Curah saran biasanya diadakan setelah pemberian materi-materi pembinaan, hal ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi komunikator Islam dari hasil pembinaan yang telah dilakukan dari bentuk komunikasi ini komunikator dapat bernilai sejauhmana pemahaman mereka terhadap materi dan menubuhkan rasa keakraban antar komunikator dengan komunikan.

2. Komunikasi kelompok besar

Dalam komunikasi kelompok besar ini, tanpa disadari bahwasanya sudah mendarah daging pada diri Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, karena maksud dari komunikasi kelompok ini komunikasi yang dilakukan secara umum di depan masyarakat banyak yang kesemuanya dikategorikan sebagai kelompok besar. Dalam hal ini salah satu responden Muhammah Husein¹⁴⁸ menanggapi bahwasanya mengakui mayoritas dalam acara-acara besar seperti isra' mi'raj atau maulid Nabi yang sering mengisi ceramah itu bagian dari Majelis Ulama Indonesia kecamatan Kota pinang.

3. Media Komunikasi

Media komunikasi yang digunakan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan kotapinang dalam mensosialisasikan fatwa Haram merokok sangatlah penting . karena melalui media tersebut, pesan akan cepat sampai, dimengerti dan akan dilaksanakan oleh khalayak ramai.seperti yang dikemukakan sekretaris Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kota Pinang bahwa media komunikasi dalam mensosialisasikan fatwa Haram merokok dengan membuat selebaran-selebaran, spanduk, poster, dan gambar dari bahayanya merokok akan tetapi

¹⁴⁸ Muhammad Husein, Responden yang merokok, wawancara dilakukan di rumah pada tanggal 10 Mei 2016.

responden tidak memberi contoh selebaran, spanduk, atau poster tersebut kepada peneliti.

Dari paparan yang telah dijelaskan diatas, yang dapat peneliti simpulkan bahwasanya ada beberapa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan dalam mensosialisasikan fatwa, yaitu:

1. Komunikasi personal yaitu komunikasi yang digunakan dalam berbagai bentuk lebih menekankan pada rasa pribadi seseorang untuk menyakinkan dan mengambil hati seseorang agar bertindak sesuai dengan intruksi komunikator. Dalam komunikasi personal tidak terlepas dengan komunikasi intrapersonal yaitu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang ada, terutama yang dapat dipecahkan secara pribadi. Selanjutnya komunikasi interpersonal yaitu bentuk komunikasi yang dapat digunakan dalam bentuk persuasif, instruktif, informatif, promotif dan menciptakan hubungan manusiawi antar sesama muslim, terutama pemberian arahan, pemahaman kepada masyarakat yang bersifat individu sehingga mudah dimengerti dan diterima secara langsung oleh masyarakat.
2. Komunikasi kelompok yaitu pada hakikatnya terbagi menjadi dua bentuk yaitu komunikasi kelompok kecil (seperti ceramah atau mengikuti ceramah yang dilakukan oleh warga) dan komunikasi kelompok besar (ceramah pada acara khusus seperti isra' mi'raj ataupun maulid Nabi).
3. Media komunikasi yaitu bentuk komunikasi seperti ini harus menggunakan media seperti gambar, foster dan lain sebagainya dengan tujuan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator cepat sampai kepada komunikan.

B. Efektivitas Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang

Sebagaimana telah dikemukakan pada bagian terdahulu bahwa suatu komunikasi disebut efektif manakala pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh komunikan sebagai mana yang dimaksud oleh komunikator. Hal inilah yang disebut dengan kesamaan makna dalam komunikasi. Disinilah makna efektifitas komunikasi sesungguhnya. Untuk itu maka komunikan merasa nyaman dengan komunikator saat ia menerima pesan.

Menurut Suranto Awn komunikasi dikatakan efektif apabila dalam suatu proses komunikasi itu pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan, persis seperti yang dikehendaki oleh komunikator, dengan demikian dalam komunikasi itu komunikator berhasil menyampaikan pesan dimaksudkannya, sedang komunikan berhasil menerima dan memahaminya.¹⁴⁹ Sementara menurut Deddy Mulyana bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi), misalnya penjual yang datang ke rumah untuk mempromosikan barang dianggap telah melakukan komunikasi efektif bila akhirnya tuan rumah membeli barang yang ia tawarkan sesuai dengan yang diharapkan penjual itu dan tuan rumahpun merasa puas dengan barang yang dibelinya.¹⁵⁰

Efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia khususnya di Kecamatan Kotapinang, tentu memanfaatkan segala yang ada, agar segala informasi dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok lebih mudah disalurkan dan mudah dimengerti sekaligus dilaksanakan. Semua aktifitas untuk efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia tidak terlepas dari potensi yang ada, baik melalui media formal maupun non formal. Efektivitas komunikasi menurut beberapa ahli yang

¹⁴⁹ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 73.

¹⁵⁰ Mulyana, *Ilmu Komunikasi*,, h. 117.

menyatakan suatu pesan atau gagasan yang disampaikan kepada komunikan, kemudian menghasilkan efek, sehingga komunikan dapat melaksanakan dan merubah pola fikir hasil dari pesan yang telah disampaikan kepada komunikan.

Terkait dengan efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, peneliti melakukan wawancara dengan Drs. Hatimbulan Siregar MA, Beliau mengatakan :

Kami selaku pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kota Pinang telah melakukan komunikasi dengan tokoh-tokoh agama yang terkait dengan Fatwa yang telah dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dan satu persatu fatwa yang telah dikeluarkan kami sosialisasikan seperti fatwa mengenai zakat, fatwa mengenai lebel halal haram dan lain sebagainya. Sosialisasi yang dilakukan secara khusus dianggap sudah efektif khususnya yang berada di Kecamatan Kotapinang. Akan tetapi sejauh ini fatwa mengenai haram merokok masih kami sosialisasikan dalam lingkup kecil yaitu disaat berkumpul-kumpul dengan warga, disaat berdiskusi dan lain sebagainya. Kami sebagai pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang belum mengadakan sosialisasi secara khusus yaitu dengan mengundang masyarakat atau Majelis Ulama Indonesia itu sendiri yang terjun langsung ke lapangan karena ada alasan atau beberapa hambatan tertentu. ¹⁵¹

Berkaitan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh bapak Hatimbulan Siregar di atas selaku ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan, saudara Muhammad Yahya Harahap selaku responden yang merokok, tentang efektivitas komunikasi yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan:

Bahwasanya efektivitas Komunikasi yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang mengenai Fatwa haram merokok tersebut belum sepenuhnya efektif, dikarenakan sosialisasi yang dilakukan hanya bersifat selingan, artinya mereka tidak mengadakan sosialisai

¹⁵¹ Hatimbulan siregar, ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan di rumah beliau yang bertempat di Kotapinang pada tanggal 2 mei 2016.

dihadapan halayak ramai tapi hanya dalam kelompok kecil dan waktu yang tidak ditentukan.¹⁵²

Efektivitas komunikasi dalam mensosialisasikan Fatwa Haram merokok di Kecamatan Kotapinang yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia, tidak luput juga memanfaatkan momentum hari-hari besar Islam, seperti sosialisasi dengan memanfaatkan momentum hari Jum,at, disaat ceramah, bulan puasa ramadhan dan lain sebagainya. Seperti yang dikemukakan oleh bapak Muslim Siregar :

Sejauh ini, sosialisasi Fatwa Haram Merokok yang dilaksanakan Majelis Ulama Indonesia masih dalam lingkup kecil seperti disaat berdiskusi, berkumpul-kumpul dengan masyarakat dan belum mengkhususkan waktu sosialisasi untuk terjun langsung ke lapangan atau mengundang masyarakat dalam acara sosialisasi. Hanya saja ada momen-momen seperti disaat ceramah atau disaat kumpul-kumpul dengan masyarakat, Majelis Ulama Indonesia menyinggung dan membahas mengenai fatwa haram merokok tersebut.¹⁵³

Untuk memperkuat dari argumen atau pendapat yang dikemukakan oleh responden di atas, Peneliti juga melakukan wawancara dengan pertanyaan yang sama kepada masyarakat yang tidak merokok seperti peneliti tanyakan kepada informan sebelumnya :

Yang saya ketahui Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang pernah mensosialisasikan fatwa haram merokok pada tahun 2015 di kecamatan Kotapinang dalam kelompok kecil disaat berkumpul-kumpul di dalam rumah masyarakat. Saya berbicara seperti ini karena saya terlibat atau ikut serta di dalamnya, pada saat berbincang-bincang di dalam rumah masyarakat tersebut para Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang ini mengalihkan pembicaraan mengenai Fatwa Haram Merokok tersebut, kurang lebihnya ada perubahan yang terjadi setelah penjelasan yang Majelis Ulama Indonesia Kecamatan berikan tersebut. Jadi, jikalau Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang lebih sering mensosialisasikan fatwanya dan memfokuskan sosialisasi kepada fatwa haram merokok itu, maka pengaruhnya pasti akan lebih besar lagi.¹⁵⁴

¹⁵² Muhammad Yahya Harahap, masyarakat yang merokok, wawancara dilakukan di kantor KNPI Labuhanbatu Selatan pada tanggal 4 mei 2016.

¹⁵³ Muslim Siregar, Sekretaris Umum Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan di kantor Majelis Ulama Kecamatan Kotapinang pada tanggal 5 mei 2016.

¹⁵⁴ Nurdin Hasibuan. Responden yang tidak merokok, wawancara dilakukan di rumah saudara tersebut di kotapinang tanggal 10 Mei 2016.

Dengan pertanyaan yang sama, peneliti menanyakan kepada salah satu respondennya mengenai keefektifan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang dalam mensosialisasikan Fatwa Haram merokok, saudara Mahmud¹⁵⁵ Mengatakan bahwa: Saya mengetahui bahwa Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwanya mengenai haram merokok, tetapi sejauh ini saya tidak pernah melihat atau mengikuti adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang tersebut.

Dari tanggapan-tanggapan yang responden berikan, peneliti menanggapi bahwasanya minimnya sosialisasi masih mempunyai respon positif yang diberikan oleh masyarakat, meskipun masih ada masyarakat yang belum mengetahui adanya fatwa haram merokok dan sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Kecamatan Kotapinang tersebut. Dengan begitu Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang harus memperhatikan lagi apa yang diinginkan oleh masyarakat. Dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok, Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang yang masih dalam lingkup kecil sebaiknya menggunakan pengeras suara, menjelaskan efek atau mudhorat dari rokok itu sendiri, dengan begitu dengan sosialisasi yang masih minim tersebut setidaknya masyarakat mempunyai keinginan yang kuat untuk mendengarkan dan sekaligus mengaplikasikan dari fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Semua diwujudkan untuk mencapai kepuasan kepada komunikan dan komunikator sehingga menghemat tenaga dan material sebagai sumber daya yang terbatas. Ada beberapa cara membangun komunikasi yang efektif, diantaranya melalui sumber daya yang ada pada diri komunikator, respect, empati, audible atau disebut juga suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan dapat diterima oleh komunikan, *clarity* yakni suatu pesan yang mudah dimengerti

¹⁵⁵ Mahmud Rambe, Responden Yang merokok, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 7 Mei 2016.

tanpa adanya multi intrapretasi makna terhadap isi pesan, dan yang terpenting adalah *humble*, yaitu membangun rasa menghargai orang lain.¹⁵⁶

Ada beberapa faktor untuk menciptakan komunikasi efektif, yaitu diawali oleh rasa kepercayaan. Adanya hubungan yang erat antara komunikan dan komunikator, adanya rasa kepuasan antara dua belah pihak, adanya kejelasan dalam isi pesan, adanya kesinambungan dan konsistensi yakni suatu isi pesan yang tidak bertentangan dengan isi pesan terdahulu, adanya kemampuan komunikan dalam menerima berita dan adanya saluran penerima isi pesan.

Dari penjelasan di atas, peneliti mencantumkan hasil wawancara yang berkaitan dengan itu yaitu mengenai faktor untuk terciptanya komunikasi efektif yaitu sebagaimana komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan mengatakan bahwa:

Bahwasanya Majelis Ulama Indonesia dalam mengeluarkan fatwa haram merokok itu masih pro kontra, karena dalam mengeluarkan fatwa itu masih ada yang beranggapan bahwa merokok itu bukan haram bahkan halal. Dan oleh sebab itu, keefektifan dalam mensosialisasikan fatwa tersebut belum tercapai. Karena pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan belum dapat diserap atau tidak dapat diterima komunikan itu sendiri¹⁵⁷.

Kemudian sehubungan dengan pendapat di atas, salah satu reponden yang merokok tidak bisa menerima pesan dari Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang mengenai fatwa haram merokok bahwasanya dia mengatakan:

Saya tidak sependapat dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, karena saya sejak SD sudah merokok dan sampai saat ini kesehatan saya tidak pernah terganggu diakibatkan rokok tersebut, justru dengan merokok itu membuat sehat. Dari pengalaman keluarga pribadi bahwasanya pada dasarnya ayah saya itu tidak perokok dan ayah saya terkena penyakit polif, setelah periksa

¹⁵⁶ Choki wijaya, *Seni Berbicara dan Berkomunikasi*,, h. 25.

¹⁵⁷ Parlindungan, sebagai komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan, wawancara dilakukan dirumah beliau pada tanggal 4 mei 2016

kedokter justru dokter menganjurkan ayah saya untuk merokok dengan tujuan kesehatan dari penyakit itu.¹⁵⁸

Adapun tata cara efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah:

- a. *Respect*, Hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi yang efektif adalah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam kita berkomunikasi dengan orang lain. Ingatlah bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika kita bahkan harus mengkritik atau memarahi seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan seseorang. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah timbangan dari menghargai setiap individu terhadap komunikan, dengan menumbuhkan rasa hormat antar sesama.

Hal ini pernah dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia di Kecamatan Kotapinang dalam menciptakan efektivitas komunikasi pada masyarakat. Dalam hal ini bisa diambil contoh seperti sosialisasi atau kegiatan yang pernah dilakukan Majelis Ulama Indonesia Kotapinang ini mengenai fatwa haramnya merokok bahwasanya dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sedikitnya ada perubahan yang terjadi setelah pesan itu sampai kepada komunikan, yang artinya dalam penyampaian pesan dari komunikator tersebut seorang komunikan itu bisa menerima atau menghargai apa yang disampaikan oleh komunikator

¹⁵⁸ M yahya Harahap, responden perokok ,wawancara dilakukan di kantor KNPI Labuhanbatu Selatan pada tanggal 4 mei 2016

tersebut. Hasil wawancara dari responden yang tidak merokok bahwasanya beliau mengatakan:

Dari sosialisasi yang pernah dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia di rumah warga yaitu di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan. Dengan sosialisasi yang minim tersebut masih ada respon positif yang diberikan oleh komunikan atau masyarakat, karena setelah sosialisasi tersebut ada perubahan yang terjadi yang mana ada pengurangan dari perokok aktif menjadi perokok pasif.¹⁵⁹

- b. *Empaty*, Empati adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain. Sebuah perasaan yang hanyut kepada perasaan orang lain, sehingga tergerak untuk berpartisipasi kepada orang lain bahkan tanpa pamrih sekalipun.

Efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia yang berada di Kecamatan Kotapinang, terdapat nilai-nilai *empaty* yang sangat dirasakan oleh Majelis Ulama Indonesia yang berada di Kecamatan Kotapinang ketika memberikan dan mendengarkan keluhan masyarakat mengenai rokok tersebut mengenai solusi bagi perokok aktif menjadi prokok pasif yang artinya berhenti sama sekali dari merokok. Akan tetapi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang belum bisa mencapai keinginan para komunikan terhadap keluhan mereka. Jadi dalam hal ini *empaty* belum terealisasi.

- c. *Audible*, yaitu suatu proses pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan yang efeknya dapat langsung didengar dan dimengerti oleh komunikan personal biasanya pesan yang disampaikan dengan sikap yang dapat diterima oleh komunikan.

¹⁵⁹ Nurdin Hasibuan, Responden yang tidak merokok, wawancara dilakukan di rumah saudara tersebut di Kotapinang tanggal 10 mei 2016.

Audible dapat dilakukan juga melalui komunikasi publik, yakni komunikasi yang dapat dilaksanakan di depan khalayak banyak sehingga menjadi nilai pelajar dalam diri komunikan. Komunikasi publik bukan hanya dilaksanakan dengan suara akan tetap dapat juga dengan alat peraga atau praktik yang terdapat nilai pesan yang ada. Seperti komunikasi publik yang pernah dilaksanakan oleh Majelis Ulama Kecamatan Kotapinang saat mensosialisasikan fatwa haram merokok tersebut, seorang komunikator dari Majelis Ulama Indonesia tersebut menunjukkan gambar-gambar efek dari perokok aktif, dengan demikian komunikan semakin kuat mempunyai keinginan untuk berhenti merokok.

Dalam hal ini, dari hasil wawancara peneliti kepada responden yaitu sekretaris Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan mengatakan bahwa:

Saat mensosialisasikan fatwa haram merokok , kami dari pihak Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan ini menunjukkan gambar-gambar dari bahaya merokok tersebut, dengan tujuan agar komunikan/masyarakat semakin kuat keinginan untuk menghentikan merokok tersebut, setikit banyaknya masyarakat bisa menerima hal itu dan dapat diamalkan untuk memberhentikan merokok itu.¹⁶⁰

- d. *Clarity*, yakni pesan yang disampaikan harus ada keterbukaan informasi yang jelas agar tidak terjadi kesalahan dalam pemaknaan terhadap isi pesan yang disampaikan terlebih lagi terhadap komunikan yang awam akan isi informasi yang telah diterimanya.

Dalam sosialisasi fatwa haram merokok yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang. Maka efektivitas komunikasi pada bentuk *Clarity* ini pernah terjadi, karena dengan keluarnya fatwa haram merokok tersebut komunikan ada yang tidak terima dengan fatwa tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh salah satu responden yang

¹⁶⁰ Muslim Siregar, Sekretaris Majelis Ulama Indonesia Kecamatan kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 3 mei 2016.

merokok yaitu saudara Muhammad Yahya Harahap, beliau mengatakan bahwa:

Saya tidak setuju dengan fatwa diharamkannya merokok, karena rokok itu bukan sumber penyakit, sejak SD saya sudah merokok dan sampai sekarang ini saya sudah berumur 26 tahun tidak pernah ada gejala-gejala penyakit yang timbul melalui rokok tersebut. Bahkan menurut saya merokok membuat pikiran jadi tenang, semua masalah terlupakan dan rokok itu membuat sehat, seperti saya contohkan ayah saya, pada dasarnya ayah saya tidak merokok dan beliau mempunyai penyakit polif, setelah berobat kedokter dokter malah tidak mempermasalahkannya kalau ayah saya merokok, karena dengan merokok pembekuan yang ada pada hidung ayah saya akan mencair dengan mengonsumsi rokok tersebut.¹⁶¹

- e. *Humble*, yakni hampir mirip dengan respect yaitu sama-sama menumbuhkan rasa menghargai orang dalam berkomunikasi. Akan tetapi humble biasanya diawali dengan rasa rendah hati, misalnya dengan penuh melayani, menghargai dan menerima kritikan orang lain.

Sehubungan dengan penjelasan di atas, sosialisasi Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang mengenai fatwa haram merokok tersebut, tidak menutup kemungkinan untuk menerima masukan saran dan kritik dari masyarakat terhadap pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang sendiri, hal ini untuk saling membangun antara komunikator dengan komunikan, sehingga terjalin rasa ikhlas komunikator untuk mendapatkan kritikan dari masyarakat.

Dari penjelasan-penjelasan lima hukum komunikasi efektif diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwasanya sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan belum efektif karena salah satu diantara lima hukum tersebut belum terealisasikan oleh Majelis Ulama Indonesia tersebut yaitu hukum *empaty* sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya.

¹⁶¹ Muhammad Yahya Harahap, Wawancara dilakukan di kantor KNPI Labuhanbatu Selatan pada tanggal 4 Mei 2016.

C. Hambatan Komunikasi Majelis Ulama Indoneisia Kecamatan Kotapinang dan Upaya Penanggulangannya

Dalam setiap program, pasti sudah memiliki tolok ukur dalam mengukur berhasil atau tidaknya suatu rencana. Begitu juga dengan hambatan-hambatan yang akan dihadapi dan solusinya pasti sudah jauh-jauh hari diperkirakan, sehingga persiapan pada setiap rencana sudah dianggap matang, karena sudah memiliki standar tertentu untuk dilaksanakan.

Dalam lingkungan sosial, akan banyak ditemukan rintangan yang akan terjadi, karena objek yang dihadapi adalah makhluk hidup yang berpikir, sehingga objek tersebut akan memiliki pola pikir yang berbeda dengan subjek sebagai aplikasi program. Hal yang sama dalam sosialisasi fatwa haram merokok yang dilaksanakan oleh Majelis Ulama Indonesia di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Sosialisasi fatwa haram merokok yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan melalui komunikatornya dalam ruang lingkup ilmu komunikasi. Kegiatan semacam ini pada dasarnya sudah termasuk pada lingkup komunikasi pembangunan, yakni komunikasi pembangunan pada sektor kerohanian dan kesehatan bagi masyarakat di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Dalam komunikasi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah mengakibatkan timbulnya kesalahpahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa yang digunakan dengan bahasa yang diterima atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak. Kritner dalam Ruslan menerangkan empat macam hambatan yang dapat mengganggu dalam sistem komunikasi:

1. Hambatan dalam proses penyampaian. Hambatan ini datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikasi dalam memahami pesan ini dengan baik. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat pada diri komunikasi. Kegagalan komunikasi dapat terjadi karena faktor-faktor *feed back*nya (hasil tidak tercapai), *medium barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).
2. Hambatan secara fisik, sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif. Misalnya mendengarkan kurang tajam dan gangguan pada sistem atau gangguan pada pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi pada suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan lainnya. Hal yang dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat pada komunikasi.
3. Hambatan semantik. Hambatan semantik (bahasa atau arti perkataan) yaitu adanya perbedaan pengertian antara pemberi pesan dengan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis atau normal, sehingga menyulitkan komunikasi yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.
4. Hambatan psiko-sosial (*psycosocial barrier*). Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek budaya, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta

harapan-harapan kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.¹⁶²

Segala hambatan pasti datang baik dari dalam maupun dari luar, sehingga dituntut kreativitas dalam menghadapinya, termasuk dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia di Kecamatan Kotapinang itu sendiri. Diantara hambatan-hambatan yang dihadapi sekaligus upaya penanggulangannya adalah sebagai berikut:

1. Hambatan dari dalam

a. Pengurus Majelis Ulama Indonesia Kotapinang

Dalam suatu lembaga yang memiliki sikap dalam bertugas, tentu memerlukan perangkat untuk menyelesaikan segala tugas dan kewajibannya, sesuai dengan tuntutan dan peraturan yang berlaku, demi kelancaran tugas yang dihadapi. Permasalahan yang sangat dirasakan oleh Majelis Ulama Indonesia Kotapinang terutama dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang, baik secara progresif atau persuasif. Sangat diperlukan satu kesatuan keteladanan atau keseriusan berasaskan satu ideologi yang sama dalam sebuah lembaga.

Dalam mensosialisasikan fakwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sebaiknya semua fatwa itu memang harus disosialisasikan agar masyarakat mengetahui perkembangan yang terjadi. Jadi, sebelum fatwa merokok ini keluar masih ada lagi fatwa-fatwa yang terlebih dahulu dikeluarkan yang belum sempat disosialisasikan dihadapan halayak ramai dengan begitu fatwa fatwa yang terlebih dahulu keluar itupulalah yang terlebih dahulu disosialisasikan.¹⁶³

¹⁶² Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2006), h. 43.

¹⁶³ Parlindungan, sebagai komisi fatwa Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang, wawancara dilakukan di rumah beliau pada tanggal 4 Mei 2016.

Disambut pula dengan tanggapan ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kota pinang Hatimbulan Siregar¹⁶⁴ Bahwasanya tidak bisa dipungkiri bahwasanya dalam mensosialisasikan fatwa itu harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak. Sedangkan anggaran dana untuk sosialisasi sangat minim. Dengan demikian dalam hal ini pemerintah harus lebih memperhatikan program-program yang diadakan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Majelis Ulama Indonesia Kotapinang memiliki hak atas perangkat kerja yang merupakan tugas dari Majelis Ulama Indonesia Pusat dituntut untuk sigap dan tegas dalam menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Dalam hal ini sangat dirasakan oleh pengurus Majelis Ulama itu sendiri dalam menjalankan amanahnya sebagai penegak *amar ma'ruf nahi munkar*.

Sebagaimana dalam alquran surah Ali Imran ayat 104 dan 110, Allah berfirman :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya : Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Hatimbulan Siregar, sebagai ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan, wawancara dilakukan kantor MUI Kecamatan Kotapinang pada tanggal 6 Mei 2016.

¹⁶⁵ Depag RI, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 1984), h. 93.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.¹⁶⁶

Kemudian pada surah an-Nahl ayat 125 yang menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang efektif sesuai dengan bidang dan sifatnya, sebagaimana Allah berfirman :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.¹⁶⁷

Kaitannya mengenai pengurus Majelis Ulama Indonesia di Kecamatan Kotapinang, baik dari surah Ali Imran sampai an-Nahl, memberikan petunjuk bagaimana cara komunikator Islam dalam melaksanakan sosialisasi Fatwa haram merokok tersebut kepada masyarakat terutama dalam diri pengurus Majelis Ulama

¹⁶⁶ Ibid, h. 104.

Indonesia itu sendiri. Dengan rujukan ayat ini, maka secara preventif dan progresif induktif Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang merasa berkewajiban untuk menjalani program sosialisasi Fatwa haram merokok tersebut pada masyarakat kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

2. Hambatan dari Luar

a. Masyarakat

Masyarakat sebagai kelompok sosial yang berpikir, dan memiliki mobilitas tersendiri dalam interaksi dalam kehidupan sehari-hari dan sekaligus dijadikan sebagai objek sosialisasi, tentu banyak suka cita dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Demikian juga pada sesuatu yang sudah dirancang dan diaplikasi maka itu semua tidak berjalan lancar, melainkan ada hambatan tertentu yang memang harus dihadapi sekaligus menciptakan rasa dewasa dan kebersamaan serta kreativitas masyarakat dalam menyikapi hidup.

Demikian juga faktor penghambat dalam sosialisasi fatwa haram merokok pada masyarakat yang dirasakan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang yakni sebagian masyarakat tidak mempunyai kendaraan adanya kesibukan baik dari orang tua, anak-anak, remaja, baik laki-laki maupun perempuan. Seperti pernah terjadi disaat Majelis Ulama Indonesia Kabupaten Labusel mengadakan sosialisasi mengenai zakat dengan mengundang masyarakat, akan tetapi yang menghadiri sosialisasi itu minim sekali karena alasan tersebut. Kehadiran dari masyarakat halayak ramai sangat besar pengaruhnya terhadap keefektifan sosialisasi tersebut. Jadi. Antara masyarakat dan Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kota Pinang tersebut harus saling bekerja sama agar tercapainya tujuan yang diinginkan.¹⁶⁸

Hambatan semacam ini sangat dirasakan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang itu sendiri dalam mensosialisasikan fatwanya kepada masyarakat.

¹⁶⁸ Hatimbulan Siregar, sebagai ketua Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan, wawancara dilakukan kantor MUI Kecamatan Kotapinang pada tanggal 6 Mei 2016.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

B. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok adalah melalui bentuk-bentuk komunikasi, yaitu bentuk komunikasi personal dan bentuk komunikasi kelompok.
2. Efektivitas komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah tidak terlepas dari lima hukum komunikasi efektif seperti *Respect, Empaty, Audible, Clarity* dan *Humble*. Jadi, diantara kelima hukum komunikasi efektif ini ada yang belum terealisasi oleh Majelis Ulama Indonesia tersebut yaitu *Empaty*. Dengan demikian sosialisasi yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu selatan belum efektif. Jikalau kelima hukum tersebut dapat direalisasikan barulah sosialisasi yang dilakukan dikatakan efektif.
3. Hambatan yang dihadapi adalah terbatasnya anggaran operasional Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang sehingga program-program yang direncanakan sebelumnya tidak dapat terwujud. Solusinya dari permasalahan di atas hendaknya pemerintah turut memperhatikan alokasi dana Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang. Sehingga program-program yang bernilai dakwah islamiyah dan terealisasinya

dengan baik khususnya di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

C. SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian terdapat masalah atau persoalan yang memerlukan pemecahan terhadap hal tersebut. Perlu disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk tercapainya komunikasi efektif sebaiknya pengurus Majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan bisa mengemas sosialisasi dengan kegiatan yang menarik, sehingga menarik minat tokoh-tokoh masyarakat dan tokoh agama dalam mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pengurus majelis Ulama Indonesia Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
2. Perlunya memperbanyak cetakan media komunikasi dalam mensosialisasikan Fatwa haram merokok tersebut, seperti sapanduk, gambar-gambar dari bahaya merokok. Dengan demikian tanpa diucapkan masyarakat sudah melihatnya.
3. Bagi Majelis Ulama Indonesia kecamatan Kotapinang, agar terus bersemangat dalam mensosialisasikan fatwanya. Dan terus berjuang untuk keselamatan masyarakat.
4. Kepada peneliti yang lain yang melanjutkan hasil penelitian, ini dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan informasi dan perbandingan untuk memperoleh hasil penelitian lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sarwat , *Seri fiqh Kehidupan Kedokteran*, Jakarta: DU Publishing, 2011.
- Ali Mustafa Yakub. *Kriteria Halal –Haram untuk Pangan, Obat dan Kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadis*, 2009.
- Ahmad Qarib, *Ushul fiqh 1*, Jakarta: PT. Simas Multima, 1997.
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Media Group, 2006.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*,Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Jakarta: tt, 1999.
- Hafied cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- H.AW. Widjaya, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung:Remaja Rosdakarya, 1995.
- Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book*, New York: Harper & Row Publishing, 1979.
- Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* ,Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.
- M. Dahlan al-Barri, *Kamus istilah Populer*,Surabaya: Arkola, t.t, 1999.
- Majelis Ulama' Indonesia, *Ijma' Ulama*, Jakarta : *Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia III Tahun 2009*.

- Mangku Sitepoe, *Kekhususan Rokok Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000.
- Mangku Sitepoe, *Kekhususan Rokok Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000.
- Muchtar A. F, *Siapa Bilang Merokok Makruh?*, Jakarta: PT. Bhuna Ilmu Populer, 2009.
- Muhammad Jaya, *Pembunuh Berbahaya Itu Bernama Rokok*, Yogyakarta: Riz'ma, 2009.
- Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Muhammad Yunus BS, *Kitab Rokok (Nikmat dan Madarat yang Menghalalkan atau Mengharamkan)*, Yogyakarta: Kutub, 2009.
- M. Quraisy Shihab, *Fatwa-Fatwa Seputar Ibadah Mahdah*, Jakarta: Mizan, 1999.
- Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Racmat Taufik Hidayat dkk, *Almanak Alam Islami*, Jakarta: Pustaka Jaya, 2000.
- Ronald L. Appbaum, *Fundamental Concept in Human Communication*, New York: Harper & Row Publishing, 1979.
- R. Wayne Pace dalam Haffied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2008.
- Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Press, 2006.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- Samuel P. Huntington, *Tertip Politik pada Masyarakat yang Sedang Berubah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarata: Rineka Cipta, 1997.
- Suranto A.W, *Komunikasi interpersonal*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

- Suryo Sukendro, *Filosofi Rokok (Sehat, tanpa Berhenti Merokok)*, Yogyakarta: Pinus, 2007.
- SuyadiPrawirosentono, *Kebijakan Kinerja Karyawan*, Jogjakarta: BPFE, 1999.
- S. Nasution, *Metode Research*, Bandung: Jemmars, 1982.
- Syukur Kholil dalam Hasan Mansur Nasution, *Masjid Agama dan pendidikan untuk Kemajuan Bangsa*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2009.
- S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1994.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penyelenggaraan Organisasi Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2010.
- Tim Penyunting, *15 Tahun Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: sekretariat Majelis Ulama Indonesia Masjid Istiqlal, 1990.
- Yusuf al-Qardhawi, *Mujibat Taghasyyur al-fatwa fi Ashrina, faktor-faktor Pengubah fatwa*, terj. Arif Munandar Riswanto, Jakarta: Pustaka al-Kausar, 2009.

Lampiran 1

DAFTAR WAWANCARA

(pengurus MUI)

Pedoman wawancara

- a. Pedoman wawancara ini dijadikan sebagai panduan untuk melakukan wawancara
- b. Pedoman wawancara ini bersifat fleksibel, disesuaikan dengan situasi dan kondisi jawaban yang diberikan informan
- c. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti menggunakan alat bantu Hand Phone dan alat tulis lainnya guna mengumpulkan seluruh data wawancara secara akurat.

Nama informan :

Tempat :

Hari/Tanggal :

Waktu :

Jabatan :

Pertanyaan

1. Sudah berapa lamakah bapak menjadi pengurus Majelis Ulama Indonesia di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
2. Apa saja program Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
3. Bagaimana cara/komunikasi yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
4. Apa saja bentuk komunikasi yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia dalam melakukan sosialisasi di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?

5. Selama bapak menjadi ketua Majelis Ulama Indonesia apakah sudah ada sosialisasi mengenai Fatwa Haram Merokok di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
6. Jika ada berapa yang sudah terselesaikan dan berapa yang belum?
7. Apakah Majelis Ulama Indonesia juga melakukan upaya preventif dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
8. Bagaimana strategi Majelis Ulama Indonesia dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Merokok di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
9. Diantara strategi yang telah dilaksanakan Majelis Ulama Indonesia, menurut bapak strategi mana yang lebih efektif dalam melakukan sosialisasi di kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
10. Apa saja kendala atau hambatan yang ditemukan dalam mensosialisasikan fatwa Haram Merokok di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan?
11. Apa solusi yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia dalam mengatasi hambatan dalam mensosialisasikan fatwa haram merokok ?

DAFTAR WAWANCARA

(Masyarakat yang Merokok)

Pedoman wawancara

- a. Pedoman wawancara ini dijadikan sebagai panduan untuk melakukan wawancara
- b. Pedoman wawancara ini bersifat fleksibel, disesuaikan dengan situasi dan kondisi jawaban yang diberikan informan
- c. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti menggunakan alat bantu Hand Phone dan alat tulis lainnya guna mengumpulkan seluruh data wawancara secara akurat.

Nama informan :

Tempat :

Hari/Tanggal :

Waktu :

Pekerjaan :

Pertanyaan

1. Sejak kapan bapak merokok?
2. Bagaimana perasaan bapak ketika merokok?
3. Apakah bapak tidak merasa keuangan menipis dikarenakan merokok tersebut ?
4. Apakah bapak mengetahui fatwa mengenai haram merokok?
5. Sepengetahuan bapak, apakah MUI labusel pernah melakukan sosialisasi mengenai fatwa haram merokok?
6. Kalau pernah, kapan dan dimana?
7. Bagaimana cara MUI mensosialisasikan fatwa haram merokok tersebut?
8. Apakah perubahan yang terjadi setelah dilakukannya sosialisasi tersebut?
9. Apa yang menyebabkan tidak adanya perubahan pada masyarakat ?
10. Menurut bapak, apa solusi yang dilakukan agar fatwa tersebut terlaksanakan

DAFTAR WAWANCARA

(Masyarakat yang tidak Merokok)

Pedoman wawancara

- a. Pedoman wawancara ini dijadikan sebagai panduan untuk melakukan wawancara
- b. Pedoman wawancara ini bersifat fleksibel, disesuaikan dengan situasi dan kondisi jawaban yang diberikan informan
- c. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti menggunakan alat bantu Hand Phone dan alat tulis lainnya guna mengumpulkan seluruh data wawancara secara akurat.

Nama informan :

Tempat :

Hari/Tanggal :

Waktu :

Pekerjaan :

1. Mengapa bapak tidak merokok ?
2. Bagaimana tanggapan bapak mengenai rokok ?
3. Apakah bapak tidak merasa terganggu dengan tanggapan orang-orang yang biasa dikatakan kalau tidak merokok tidak GANTENG ?
4. Apakah bapak mengetahui fatwa MUI mengenai haram merokok ?
5. Sepengetahuan bapak, apakah MUI labusel pernah melakukan sosialisasi mengenai fatwa haram merokok?
6. Kalau pernah, kapan dan dimana?
7. Bagaimana cara MUI mensosialisasikan fatwa haram merokok tersebut?
8. Apakah perubahan yang terjadi setelah dilakukannya sosialisasi tersebut?
9. Sebagai orang yang tidak merokok, Apa yang menyebabkan tidak adanya perubahan pada masyarakat ?
10. Menurut bapak, apa solusi yang dilakukan agar fatwa tersebut terlaksanakan

Lampiran 2

Foto Wawancara Peneliti Dengan Responden

a. Pengurus MUI



Wawancara dengan Muslim Siregar sekretaris Majelis Ulama Indonesia
Kecamatan Kotapinan



Wawancara dengan Parlindungan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia
Kecamatan Kotapinang

b. Responden Perokok



Muhammad Yahya Harahap



Mahmud Rambe



M Husein

c. Responden tidak perokok



Fikri



Nurdin Hasibuan

Lampiran 3

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Rusmidah Lubis
Nim : 92214053441
Tempat, Tanggal Lahir : 1 November 1991
Alamat : Babussalam, Kecamatan kotapinang Kabupaten
Labuhabatu Selatan

B. Pendidikan

Tahun 1997 s/d 2003 : MIS al-Ikhlas Babussalam
Tahun 2003 s/d 2006 : MTs Swasta Ponpes Dar al-Ma'arif Basilam baru
Tahun 2006 s/d 2009 : MAN Rantau Prapat
Tahun 2009 s/d 2013 : S-1 IAIN-SU Medan
Tahun 2014 s/d 2016 : Pascasarjana UIN-SU Medan

C. Orang Tua

Ayah : H. Buyung Lubis
Umur : 57 Tahun
Pekerjaan : Petani
Alamat : Babussalam, Kecamatan Kotapinang Kabupaten
Labuhanbatu Selatan

Ibu : Hj. Rusmiah Harahap
Umur : 56 Tahun
Pekerjaan : Petani
Alamat : Babussalam, Kecamatan Kotapinang Kabupaten
Labuhanbatu Selatan